



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI FORE KOTA BOGOR

TRISYA AMANDA



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Fore Kota Bogor” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juni 2026

Trisya Amanda
H3401221146



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

TRISYA AMANDA. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Fore Kota Bogor. Dibimbing oleh NIA ROSIANA.

Kedai Kopi Fore merupakan perusahaan kopi lokal berkonsep *premium affordable* yang menargetkan konsumen muda perkotaan dengan ekspansi hingga 322 gerai pada tahun 2025. Namun, pesatnya pertumbuhan juga diiringi dengan munculnya variasi keluhan konsumen yang mengindikasikan adanya inkonsistensi pengalaman terhadap elemen bauran pemasaran. Pencapaian finansial yang signifikan perlu diimbangi dengan pemahaman mengenai kepuasan pelanggan di tingkat gerai untuk menjamin keberlanjutan usaha. Meskipun Fore sudah menerapkan bauran pemasaran yang khas, elemen yang paling efektif dalam membentuk kepuasan konsumen di Kota Bogor belum teridentifikasi secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik konsumen, tingkat kepuasan, serta pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan pelanggan melalui survei terhadap 159 responden dengan teknik *purposive sampling*. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif, *customer satisfaction index* (CSI), dan *structural equation modeling-partial least square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen didominasi oleh usia muda dengan tingkat kepuasan pada kategori sangat puas. Variabel produk, harga, dan tempat ditemukan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Fore disarankan untuk mengembangkan inovasi produk berbasis identitas kuliner lokal, memperkuat program loyalitas dengan skema penukaran poin yang lebih fleksibel, dan menerapkan audit kenyamanan gerai secara berkala.

Kata kunci: bauran pemasaran, CSI, kepuasan konsumen, SEM-PLS

ABSTRACT

TRISYA AMANDA. *The Impact of Marketing Mix on Consumer Satisfaction at Fore Coffee Shop Bogor*. Supervised by NIA ROSIANA.

Fore Coffee is a local Indonesian coffee company with a premium affordable concept targeting young urban consumers, having expanded to 322 outlets by 2025. Variations in consumer experiences across branches indicate inconsistencies in marketing mix implementation, while significant financial growth does not necessarily reflect satisfaction at the outlet level. The most effective marketing mix elements in shaping consumer satisfaction in Bogor City have yet to be fully identified. This study aims to analyze consumer characteristics, satisfaction levels, and the effect of the marketing mix on consumer satisfaction using 159 respondents selected through purposive sampling, analyzed with descriptive analysis, customer satisfaction index (CSI), and structural equation modeling-partial least square (SEM-PLS). Results show that consumers are predominantly young with satisfaction categorized as very satisfied. Product, price, and place significantly influence consumer satisfaction. Fore Coffee is recommended to develop locally-inspired product innovations, strengthen its loyalty program with a more flexible point redemption scheme, and implement periodic outlet comfort audits.

Keywords: consumer satisfaction, CSI, marketing mix, SEM-PLS



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI FORE KOTA BOGOR

TRISYA AMANDA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:
1. Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.
2. Ir. Narni Farmayanti, M.Sc



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada
Kedai Kopi Fore Kota Bogor

Nama : Trisya Amanda

NIM : H3401221146

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si.



digitally signed by Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si.
CN=Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si., OU=IPB University, C=ID

Diketahui oleh

Ketua Departemen Agribisnis:
Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.
NIP 196802151999031001



digitally signed by Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.
CN=Dr. Ir. Burhanuddin, M.M., OU=IPB University, C=ID



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Agustus 2025 sampai bulan Februari 2026 ini ialah perilaku konsumen dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Fore Kota Bogor”. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Nia Rosiana, S.P., M.Si. selaku dosen pembimbing akademik dan skripsi yang telah membimbing, memberikan arahan, dukungan, dan masukan selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si. selaku dosen penguji utama dan Ir. Narni Farmayanti, M.Sc. sebagai dosen penguji wakil PS pada kegiatan sidang skripsi yang telah memberikan saran dan masukan untuk perbaikan serta penyempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Tintin Sarianti, S.P., M.M. sebagai dosen moderator pada seminar hasil penelitian yang telah memberikan saran dan masukan dalam menyempurnakan hasil penelitian sebelum pelaksanaan sidang.
4. Herawati, S.E., M.Si. selaku dosen evaluator pada kolokium yang telah memberikan saran dan masukan sehingga penulis dapat memperbaiki dan menyempurnakan rancangan penelitian sebelum dilaksanakan.
5. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Departemen Agribisnis yang telah membagikan ilmu dan bantuan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
6. Kedua orang tua penulis dan keluarga yang senantiasa mendoakan, mencurahkan kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan tanpa henti sehingga penulis dapat bertahan dan melalui setiap proses kehidupan dengan baik hingga berada di titik ini.
7. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan membagikan informasi sehingga penelitian dapat diselesaikan.
8. Sahabat-sahabat yang selalu ada dan berbagi suka cita bersama penulis selama perkuliahan yaitu Dinar, Ruby, Priyanka, Intan, Tiara, Inas, Dinda, Iqis, Nazhifa, Alfi, Niyya, dan Rina. Kenangan manis bersama mereka yang menjadi penyemangat dan akan selalu penulis ingat selamanya.
9. Rekan-rekan satu kontrakan, KKN Sonokidul, AK 6 Pollo, Agribisnis'59, Departemen PSDM HIPMA 2024, Relasi REDS 2024, Sailaja, dan Su(L)tan yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan dalam memperkaya pengalaman penulis di masa studi.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2026

Trisya Amanda



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 4 |
| 1.3 Tujuan | 7 |
| 1.4 Manfaat | 8 |
| II TINJAUAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 Karakteristik Konsumen Kedai Kopi di Bogor | 9 |
| 2.2 Tingkat Kepuasan Konsumen Kedai Kopi | 10 |
| 2.3 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi | 11 |
| 2.4 Metode Kajian Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen | 12 |
| III KERANGKA PEMIKIRAN | 13 |
| 3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis | 13 |
| 3.2 Kerangka Pemikiran Operasional | 19 |
| IV METODE | 21 |
| 4.1 Waktu dan Tempat | 21 |
| 4.2 Jenis dan Sumber Data | 21 |
| 4.3 Metode Pengumpulan Data | 21 |
| 4.4 Metode Penentuan Sampel | 21 |
| 4.5 Pengukuran Variabel | 22 |
| 4.6 Metode Analisis Data | 25 |
| V GAMBARAN UMUM | 29 |
| 5.1 Profil Perusahaan Kedai Kopi Fore | 29 |
| 5.2 Bauran Pemasaran Kedai Kopi Fore | 30 |
| VI HASIL DAN PEMBAHASAN | 36 |
| 6.1 Karakteristik Konsumen Kedai Kopi Fore Kota Bogor | 36 |
| 6.2 Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Fore Kota Bogor | 39 |
| 6.3 Bauran Pemasaran yang Berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen | 46 |
| 6.4 Implikasi Manajerial | 52 |
| VII SIMPULAN DAN SARAN | 54 |
| 7.1 Simpulan | 54 |
| 7.2 Saran | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA | 55 |
| LAMPIRAN | 59 |
| RIWAYAT HIDUP | 62 |



DAFTAR TABEL

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Lokasi Kedai Kopi Fore Bogor tahun 2025 | 3 |
| 2 | Variabel laten dan indikator model persamaan struktural | 22 |
| 3 | Kategori persepsi bauran pemasaran | 26 |
| 4 | Kategori tingkat kepuasan konsumen | 27 |
| 5 | Sebaran responden menurut usia | 36 |
| 6 | Sebaran responden menurut jenis kelamin | 37 |
| 7 | Sebaran responden menurut tingkat pendidikan terakhir | 37 |
| 8 | Sebaran responden menurut pekerjaan | 38 |
| 9 | Sebaran responden menurut pendapatan | 38 |
| 10 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran produk | 39 |
| 11 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran harga | 40 |
| 12 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran tempat | 41 |
| 13 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran promosi | 41 |
| 14 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran proses | 42 |
| 15 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran orang | 43 |
| 16 | Sebaran penilaian responden terhadap bauran bukti fisik | 43 |
| 17 | Hasil perhitungan CSI | 45 |
| 18 | Nilai <i>outer loadings</i> dan AVE | 47 |
| 19 | Hasil uji kriteria <i>fornell-larcker</i> | 48 |
| 20 | Hasil uji reliabilitas | 48 |
| 21 | Nilai <i>R square</i> dan <i>F square</i> | 49 |
| 22 | Hasil uji <i>bootstrapping</i> | 50 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Konsumsi kopi Indonesia tahun 2020–2024 | 1 |
| 2 | Jumlah restoran, rumah makan, dan cafe di Kota Bogor tahun 2019–2024 | 2 |
| 3 | Kota/Kabupaten dengan kedai kopi terbanyak di Indonesia tahun 2025 | 4 |
| 4 | Perkembangan penjualan bersih Kedai Kopi Fore tahun 2021–2025 | 5 |
| 5 | Perbandingan rentang harga menu minuman antar merek kedai kopi tahun 2026 | 6 |
| 6 | Model pengambilan keputusan | 14 |
| 7 | Kerangka pemikiran operasional pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di Kedai Kopi Fore Kota Bogor | 20 |
| 8 | Model struktural penelitian dalam diagram jalur | 24 |
| 9 | Variasi menu minuman dan makanan Kedai Kopi Fore | 31 |
| 10 | Sosial media Instagram dan Tiktok Kedai Kopi Fore | 32 |
| 11 | Tampilan gerai <i>medium</i> dan <i>satellite</i> Kedai Kopi Fore | 33 |
| 12 | Tampilan seragam karyawan Kedai Kopi Fore | 34 |
| 13 | Desain interior Kedai Kopi Fore | 35 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---|--|----|
| 1 | Hasil evaluasi <i>outer model</i> penelitian | 60 |
| 2 | Hasil evaluasi <i>inner model</i> penelitian | 61 |
| 3 | Dokumentasi tahap pengambilan data | 62 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.