

PENGARUH *MARKETING MIX* 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KANCA COFFEE BOGOR

RAKHA MAULANA MADANI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kanca Coffee 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, Agustus 2026

Rakha Maulana Madani
K1401221211

- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@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

RAKHA MAULANA MADANI. Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kanca Coffee Bogor. Di bawah bimbingan FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN dan SENDY WATAZAWWADU'ILMI.

Persaingan industri *coffee shop* di Kota Bogor yang semakin meningkat mendorong pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang efektif dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *marketing mix* (7P), yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* terhadap keputusan pembelian konsumen di Kanca Coffee Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei terhadap 130 responden dengan teknik *convenience sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *physical evidence*, *promotion*, *place*, *product*, dan *people* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan *price* dan *process* tidak berpengaruh signifikan. Di antara seluruh variabel, *physical evidence* merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil tersebut, implikasi manajerial difokuskan pada peningkatan aspek *promotion* dan *place*, mempertahankan keunggulan *physical evidence*, serta menjaga konsistensi kualitas *product* dan *people* guna meningkatkan daya saing dan keputusan pembelian konsumen di Kanca Coffee.

Kata kunci: keputusan pembelian, Kanca Coffee, *marketing mix* 7P, SEM-PLS, *coffee shop*.

ABSTRACT

RAKHA MAULANA MADANI. The Effect of the 7Ps Marketing Mix on Consumer Purchase Decisions at Kanca Coffee Bogor. Supervised by FUAD WAHDAN MUHIBUDDIN and SENDY WATAZAWWADU'ILMI.

The increasing competition in the coffee shop industry in Bogor City has encouraged business owners to implement effective marketing strategies to influence consumers' purchase decisions. This study aims to analyze the effect of the 7Ps marketing mix, namely product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence, on consumer purchase decisions at Kanca Coffee Bogor. A quantitative approach was employed using a survey of 130 respondents selected through a convenience sampling technique. Data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). The results indicate that physical evidence, promotion, place, product, and people have a significant effect on consumer purchase decisions, while price and process do not have a significant effect. Among all variables, physical evidence has the strongest influence on purchase decisions. Based on these findings, managerial implications focus on improving promotion and place, maintaining the competitive advantage of physical evidence, and ensuring the consistent quality of product and people to enhance Kanca Coffee's competitiveness and consumers' purchase decisions.

Keywords: purchase decision, Kanca Coffee, 7Ps marketing mix, SEM-PLS, *coffee shop*.



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 *MARKETING MIX* 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KANCA COFFEE BOGOR

RAKHA MAULANA MADANI

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

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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.

- 1 Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.
- 2 Ir. Retnaningsih, M.Si.



Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pembelian
Konsumen Kanca Coffee Bogor
Nama : Rakha Maulana Madani
NIM : K1401221211

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M.



Pembimbing 2:
Sendy Watazawwadu'ilmi, S.E., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001



Tanggal Ujian:
21 Juli 2026

Tanggal Lulus:

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 skripsi yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Juli 2026 ini dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* 7P terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kanca Coffee Bogor”. Selama penulisan, penulis menyadari bahwa tidak akan mampu membuat tulisan ini tanpa dukungan dan bantuan orang-orang terdekat penulis, berkat dukungan dan doa mereka akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Syarif Maulana dan Almarhumah Bunda Dede Kustiawati yang selalu menjadi alasan Penulis untuk tidak menyerah serta percaya pada proses. Keluarga yang selalu memanjatkan doa, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
2. Fuad Wahdan Muhibuddin, S.Pi., M.M. dan Sendy Watazawwadu'ilmi, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, arahan, serta motivasi untuk penulis selama proses penulisan hingga penyelesaian skripsi ini.
3. Kepada Rahmah Hadiyanah yang selalu memberikan dukungan penuh kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, pengertian dan segalanya. Terima kasih telah menjadi tempat untuk berkeluh kesah dan menjadi pendengar yang baik, meyakinkan Penulis bahwa semua ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Teman-teman dekat penulis yaitu Arkan, Reyhan, Rayyan, Azka, Mayzar, Diaz, Rio, Dedes, Azmi yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada Penulis.
5. Teman-teman Valpis yang selalu hadir mendukung dalam bentuk apa pun.
6. Teman-teman satu bimbingan Penulis yang berjuang bersama penulis dan saling memberikan dukungan selama proses skripsi ini.
7. Teman-teman angkatan 59 Sekolah Bisnis yang telah berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kanca Coffee yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, mengingat pengetahuan dan pengalaman penulis yang masih terbatas. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Terima kasih penulis ucapkan atas perhatiannya.

Bogor, Agustus 2026

Rakha Maulana Madani

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan	8
1.4 Manfaat	8
1.5 Ruang Lingkup	9
II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Strategi Pemasaran	10
2.2 Keputusan Pembelian	14
2.3 Kerangka Penelitian	15
2.4 Hipotesis Penelitian	16
III METODE	18
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	18
3.4 Variabel dan Pengukuran	20
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	28
4.2 Karakteristik Konsumen Kanca Coffee	30
4.3 Analisis Deskriptif	32
4.4 Analisis Model Pengukuran (Outer Model)	34
4.5 Analisis Model Struktural (Inner Model)	40
4.6 Implikasi Manajerial	48
V SIMPULAN DAN SARAN	52
5.1 Simpulan	52
5.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	57
RIWAYAT HIDUP	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pemetaan kompetitor Kanca Coffee (Radius < 5 Km)	3
Tabel 2. Variabel dan indikator model	20
Tabel 3. Skor dan rentang interval	23
Tabel 4. Karakteristik konsumen Kanca Coffee	30
Tabel 5. Hasil analisis deskriptif	32
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Konvergen	35
Tabel 7. Hasil Uji Validitas Diskriminan	36
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Indikator	37
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Konsistensi Internal	39
Tabel 10. Hasil Uji <i>R-square</i>	40
Tabel 11. Hasil Uji <i>f-square</i>	41
Tabel 12. Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	42
Tabel 13. Nilai <i>mean</i> dan <i>outer loading</i> indikator <i>physical evidence</i>	48
Tabel 14. Nilai <i>mean</i> dan <i>outer loading</i> indikator <i>promotion</i>	49
Tabel 15. Nilai <i>mean</i> dan <i>outer loading</i> indikator <i>place</i>	50
Tabel 16. Nilai <i>mean</i> dan <i>outer loading</i> indikator <i>product</i>	50
Tabel 17. Nilai <i>mean</i> dan <i>outer loading</i> indikator <i>people</i>	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Produksi Kopi Indonesia tahun 2015-2024	1
Gambar 2. Kota/Kabupaten dengan Kedai Kopi Terbanyak 2025	2
Gambar 3. Data penjualan Kanca Coffee 2025-2026	5
Gambar 4. Kerangka Penelitian	16
Gambar 5. Model Hipotesis Penelitian	17
Gambar 6. Model Penelitian SEM-PLS	27
Gambar 7. Aktivitas Kanca Coffee	28
Gambar 8. Struktur organisasi Kanca Coffee	29
Gambar 9. Hasil <i>Outer Model</i>	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	58
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas tahap Pertama	63
Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas tahap Pertama	64