

PENGARUH *MARKETING MIX 4P* DAN *VARIETY SEEKING* KOPI KELILING TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA MEREK JAGO COFFEE

FIRMAN MAULANA WARMAN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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 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 dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix 4P* dan *Variety Seeking* Kopi Keliling terhadap *Brand Switching* pada Merek Jago Coffee” 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 2025

Firman Maulana Warman
K1401211046



@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

FIRMAN MAULANA WARMAN. Pengaruh *Marketing Mix 4P* dan *Variety Seeking* Kopi Keliling terhadap *Brand Switching* pada Merek Jago Coffee. Dibimbing oleh RADEN ISMA ANGGRAINI dan KHAIRIYAH KAMILAH.

Pertumbuhan industri kopi dan tren kopi keliling mendorong Jago Coffee untuk berinovasi melalui konsep penjualan kopi berbasis mobilitas. Namun, Jago Coffee masih menghadapi tantangan dalam menarik konsumen dari merek lain karena fenomena *brand switching*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *marketing mix 4P* dan *variety seeking* terhadap *brand switching* pada merek Jago Coffee. Metode yang digunakan berupa survei melalui penyebaran kuesioner kepada 204 responden di wilayah Jabodetabek dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *variety seeking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand switching*. Berdasarkan hasil tersebut, rumusan strategi yang direkomendasikan untuk mendorong terjadinya *brand switching* ke merek Jago Coffee antara lain menerapkan program *bundling*, inovasi produk, perluasan wilayah strategis di luar Jakarta, penambahan variasi menu unik dan penguatan digital *marketing* secara intensif.

Kata kunci: *brand switching*, kopi keliling, *marketing mix 4P*, SEM-PLS, *variety seeking*

ABSTRACT

FIRMAN MAULANA WARMAN. The effect Marketing Mix 4P and Variety Seeking Mobile Coffee Cart toward Brand Switching on Jago Coffee Brand. Supervised by RADEN ISMA ANGGRAINI and KHAIRIYAH KAMILAH.

The growth of the coffee industry and the rising trend of mobile coffee services have encouraged Jago Coffee to innovate through a mobility-based coffee selling concept. However, Jago Coffee still faces challenges in attracting consumers from other brands due to the phenomenon of brand switching. This study aims to analyze the influence of the 4P marketing mix and variety seeking on brand switching toward the Jago Coffee brand. The research method involved a survey through the distribution of questionnaires to 204 respondents in the Jabodetabek and was analyze using SEM-PLS. The results show that the variables of product, price, place, promotion, and variety seeking have a positive and significant effect on brand switching. Based on these findings, the recommended strategies to encourage brand switching toward Jago Coffee brand include implementing bundling programs, product innovation, expanding strategic areas outside Jakarta, introducing unique menu variations, and intensifying digital marketing efforts.

Keywords: brand switching, marketing mix 4P, mobile coffee, SEM-PLS, variety seeking



@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.



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 2025
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.



@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.

PENGARUH *MARKETING MIX 4P* DAN *VARIETY SEEKING* KOPI KELILING TERHADAP *BRAND SWITCHING* PADA MEREK JAGO COFFEE

FIRMAN MAULANA WARMAN

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

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Suhendi S.P., M.M.
2. Ir. Retnaningsih, M.Si.

Perpustakaan IPB University

Judul Skripsi : Pengaruh *Marketing Mix 4P* dan *Variety Seeking* Kopi Keliling terhadap *Brand Switching* pada Merek Jago Coffee.
Nama : Firman Maulana Warman
NIM : K1401211046

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M.



Pembimbing 2:
Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si.



Diketahui oleh

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



Tanggal Ujian:
25 Juli 2025

Tanggal Lulus:



@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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi ini dengan baik. Skripsi berjudul “Pengaruh *Marketing Mix 4P* dan *Variety Seeking* Kopi Keliling terhadap *Brand Switching* pada Merek Jago Coffee” telah dilaksanakan sejak November 2024 sampai Agustus 2025 sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Sekolah Bisnis IPB University.

Dalam proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Namun, berkat doa, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Raden Isma Anggraini, S.P., M.M. selaku ketua komisi pembimbing dan Khairiyah Kamilah, S.E., M.Si. selaku anggota komisi pembimbing yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi dalam setiap tahapan penyusunan skripsi ini.
2. Seluruh dosen dan staf Sekolah Bisnis IPB yang telah membimbing dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan.
3. Kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat, serta dukungan moril dan materiil yang tiada henti.
4. Saudara-saudara penulis yang selalu memberikan semangat dan menjadi sumber motivasi selama menjalani proses pendidikan.
5. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan data yang dibutuhkan untuk penelitian ini.
6. Alam, Rifa, Syifa, Risaldi, Aril, Alvin, Syahrul, Danen, Daniel, Irvan sebagai teman seperjuangan semasa kuliah yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, dan semangat hingga akhir masa studi.
7. Alvian, Rheza, Fiqor, Levian, Ayub, Mita, Okta, Prida, Dinda, Vidi, dan Sarah sebagai sahabat saya sejak SMP yang selalu memberikan semangat, tawa, dan dukungan tanpa henti dalam setiap perjalanan hidup saya hingga tahap akhir perkuliahan ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun kontribusinya sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Bogor, Agustus 2025

Firman Maulana Warman



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Teori Pemasaran	6
2.2 <i>Marketing Mix 4P</i>	6
2.3 <i>Variety Seeking</i>	8
2.4 <i>Brand Switching</i>	9
2.5 Kerangka Pemikiran	10
2.6 Hipotesis Penelitian	11
III METODE	13
3.1 Waktu dan Tempat	13
3.2 Jenis dan Sumber Data	13
3.3 Teknik Pengumpulan Data	13
3.4 Teknik Pengambilan Sampel	14
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	15
3.6 Variabel Operasional	17
IV HASIL PEMBAHASAN	19
4.1 Gambaran Umum Jago Coffee	19
4.2 Karakteristik Konsumen Jago Coffee	20
4.3 Analisis SEM-PLS	24
4.4 Analisis Pengaruh <i>Marketing Mix 4P</i> dan <i>Variety Seeking</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	31
4.5 Rumusan Rekomendasi Strategi Jago Coffee	35
V SIMPULAN DAN SARAN	39
5.1 Simpulan	39
5.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	49
RIWAYAT HIDUP	54

DAFTAR TABEL

1	Perbandingan model marketing	8
2	Skala <i>Likert</i>	14
3	Definisi variabel operasional	17
4	Indikator variabel operasional	18
5	Aspek demografi responden	21
6	Kebiasaan responden dalam mengonsumsi kopi	22
7	Ketertarikan responden terhadap Jago Coffee	23
8	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	26
9	Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	27
10	Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	27
11	Nilai <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	28
12	Nilai <i>t-value</i> dan <i>p-value</i>	29
13	Nilai koefisien determinasi (R^2)	29
14	Nilai <i>effect size</i> (f^2)	30
15	Nilai $Q^2_{predict}$	31
16	Perbandingan nilai RMSE dan MAE	31
17	Uji hipotesis pengaruh langsung	32

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah konsumsi kopi di Indonesia tahun 2019-2023	1
2	Tiga merek dengan jumlah kendaraan kopi keliling terbanyak	2
3	Kerangka pemikiran	10
4	Model penelitian	12
5	Model pilot study	15
6	Model <i>electric cart</i> Jago Coffee	19
7	Hasil pengujian outer model awal	25
8	Hasil pengujian outer model setelah proses eliminasi	26

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	49
---	----------------------	----