

**PENGARUH PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP COLD ‘N BREW**  
(Studi Kasus Terhadap Kepuasan Konsumen *Coffee Shop* Cold ‘N Brew  
pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)



**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

**RENDHIKA PRATAMA PUTRA**  
**B100160044**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA  
2020**

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

### **PENGARUH *PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP COLD ‘N BREW**

(Studi Kasus Analisis *Marketing Mix* Terhadap Kepuasan Konsumen *Coffee Shop* Cold ‘N Brew Di Surakarta)

Yang ditulis dan disusun oleh:

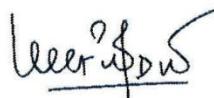
**RENDHIKA PRATAMA PUTRA**

**B 100 160 044**

Penandatangan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 23 April 2020

Pembimbing Utama



(Dra. Wuryaningsih Dwi Lestari, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RENDHIKA PRATAMA PUTRA

NIM : B 100 160 044

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH PRODUCT, PRICE, PROMOTION, PLACE

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP

COLD 'N BREW (Studi Kasus Terhadap Kepuasan Konsumen

Coffee Shop Cold 'N Brew pada Mahasiswa Universitas

Muhammadiyah Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 2 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

RENDHIKA PRATAMA PUTRA

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”  
**(QS. Al-Baqarah: 286).**

Dan barangsiapa yang bertakwa kepada Allah niscaya Allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya”. **[Ath-Thalaq/65 : 4].**

“I’m going to use all my tools, my God-given ability, and make the best life I can with it.” **LeBron James**

“Cepet wisuda ya le, biar mama papa bangga terus bisa angkat derajat keluarga”.  
**Mama**

“AKU YAKIN SKRIPSIKU LANCAR, AKU YAKIN IPK DIATAS 3.2, AKU HARUS BERUSAHA DAN BERDOA, AKU YAKIN PASTI JADI ORANG SANGAT SUKSES”. **Rendhika Pratama Putra**

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Papa dan Mama penulis yang rela bekerja membanting tulang untuk membiayai studi penulis, selalu mendukung penulis, selalu memberikan semangat penulis dan selalu mendoakan penulis disetiap sujudnya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat, karunia dan kebahagiaan dunia dan akhirat kepada Papa dan Mama atas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis.
2. Mahreza Rakha Indra Putra selaku adik penulis yang selalu menjadi hiburan keluarga dan menjadi penyemangat tersendiri bagi penulis.
3. Dosen pembimbing penulis yaitu Ibu Dra. Wuryaningsih DL, M.M. yang telah bersedia membimbing penulis dengan sabar dan sepenuh hati.
4. Seluruh dosen dan staff UMS yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
5. Teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga doa dan kebaikan yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan. Penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca.

Surakarta, 24 April 2020  
Penulis

Rendhika Pratama Putra

## ABSTRAK

Seiring berkembangnya jaman, persaingan di dunia usaha semakin ketat. Strategi pemasaran harus diperhatikan agar suatu usaha dapat mencapai tujuannya, yang mana berpusat pada kepuasan konsumen. Bauran pemasaran (4P) merupakan strategi yang tepat bagi suatu usaha dalam mencapai kepuasan konsumen melalui elemen-elemennya yaitu *product, price, promotion, dan place*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *product* terhadap kepuasan konsumen, (2) pengaruh *price* terhadap kepuasan konsumen, (3) pengaruh *promotion* terhadap kepuasan konsumen, (4) pengaruh *place* terhadap kepuasan konsumen, dengan objek penelitian yaitu *coffee shop* Cold ‘N Brew. Cold ‘N Brew merupakan salah satu usaha di bidang kedai kopi yang cukup dikenal di Kota Surakarta. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan atau dasar pengambilan keputusan oleh manajemen perusahaan terutama dalam bidang pemasaran yang berkaitan dengan *product, price, promotion* dan *place* yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berbentuk *google form* dengan skala Likert 5 poin. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Cold ‘N Brew, sedangkan sampel diambil melalui metode menggunakan *non probability sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang pernah berkunjung ke Cold ‘N Brew sebanyak 100 responden. Uji instrumen data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, sedangkan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel *product, price, promotion* dan *place* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial, variabel *product, price*, dan *place* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan variabel *promotion* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Kepuasan Konsumen, *Product, Price, Promotion, Place*

## **ABSTRACT**

*As time goes by, the business competition is getting tougher. Marketing strategies must be considered so that a business can achieve its goals, which is centered on customer satisfaction. Marketing mix (4Ps) is the right strategy for a business in achieving consumer satisfaction through its elements namely product, price, promotion, and place.*

*This study aims to determine: (1) the effect of the product on customer satisfaction, (2) the effect of price on customer satisfaction, (3) the effect of promotion on customer satisfaction, (4) the effect of place on customer satisfaction, with the object of research that is Cold 'N Brew coffee shop. Cold 'N Brew is one of the coffee shop businesses that is quite well known in the city of Surakarta. The results of this study are expected to be used as input or basis for decision making by company management, especially in marketing related to products, prices, promotions and places that affect customer satisfaction.*

*The method used in this research is quantitative. Data collection techniques in this study used a google form questionnaire with a 5-point Likert scale. The population in this study were Cold 'N Brew consumers, while the sample was taken through a method using non probability sampling. The sample in this study were the University of Muhammadiyah Surakarta's students who had visited Cold 'N Brew totaling 100 respondents. The data instrument test in this study used the validity and reliability test, while the hypothesis test used multiple linear regression analysis, F test, t test, and coefficient of determination (R<sup>2</sup>).*

*The results of this study is that product, price, promotion and place variables simultaneously influence consumer satisfaction. Partially, product, price, and place variables have a significant effect on customer satisfaction, while promotion has no significant effect on customer satisfaction.*

**Keywords:** Customer Satisfaction, Product, Price, Promotion, Place

## **DAFTAR ISI**

|                                       |      |
|---------------------------------------|------|
| HALAMAN SAMPUL .....                  | i    |
| HALAMAN PENGESAHAN.....               | ii   |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....      | iii  |
| MOTTO .....                           | iv   |
| PERSEMBAHAN.....                      | v    |
| ABSTRAK .....                         | vi   |
| ABSTRACT .....                        | vii  |
| DAFTAR ISI.....                       | viii |
| DAFTAR TABEL.....                     | x    |
| DAFTAR GAMBAR .....                   | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                  | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN                     |      |
| A. Latar Belakang .....               | 1    |
| B. Rumusan Masalah .....              | 4    |
| C. Tujuan Penelitian.....             | 5    |
| D. Manfaat Penelitian.....            | 5    |
| E. Sistematika Penulisan Skripsi..... | 6    |
| BAB II INJAUAN PUSTAKA                |      |
| A. Landasan Teori .....               | 8    |
| B. Penelitian Terdahulu.....          | 14   |
| C. Hipotesis Penelitian .....         | 17   |

|                            |    |
|----------------------------|----|
| D. Kerangka Berpikir ..... | 20 |
|----------------------------|----|

### BAB III METODE PENELITIAN

|  |    |
|--|----|
| A. Jenis Penelitian.....                               | 23 |
| B. Definisi Operasional .....                          | 23 |
| C. Data dan Sumber Data.....                           | 25 |
| D. Metode Pengumpulan Data .....                       | 25 |
| E. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel..... | 26 |
| F. Uji Instrumen Data.....                             | 27 |
| G. Metode Analisis Data .....                          | 29 |

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

|   |    |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Objek Penelitian ..... | 33 |
| B. Hasil Analisis .....                 | 35 |
| C. Pembahasan .....                     | 49 |

### BAB V PENUTUP

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| A. Kesimpulan .....              | 53 |
| B. Keterbatasan Penelitian ..... | 54 |
| C. Saran .....                   | 54 |

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel IV.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....              | 35 |
| Tabel IV.2 Karakteristik Usia Responden .....                       | 36 |
| Tabel IV.3 Karakteristik Fakultas .....                             | 37 |
| Tabel IV.4 Rangkuman Validitas Instrumen Product (X1) .....         | 39 |
| Tabel IV.5 Rangkuman Validitas Instrumen Price (X2).....            | 39 |
| Tabel IV.6 Rangkuman Validitas Instrumen Promotion (X3) .....       | 40 |
| Tabel IV.7 Rangkuman Validitas Instrumen Place (X4) .....           | 40 |
| Tabel IV.8 Rangkuman Validitas Instrumen Kepuasan Konsumen (Y)..... | 41 |
| Tabel IV.9 Hasil Reliabilitas.....                                  | 42 |
| Tabel IV.10 Hasil Pengujian Normalitas .....                        | 43 |
| Tabel IV.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas .....                 | 44 |
| Tabel IV.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....                     | 45 |
| Tabel IV.13 Rekapitulasi Regresi Linier Berganda .....              | 46 |

## **DAFTAR GAMBAR**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Gambar II.1 Kerangka Berpikir ..... | 20 |
|-------------------------------------|----|

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Data Kuesioner

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas

Lampiran 4: Hasil Uji Reliabilitas

Lampiran 5: Uji Asumsi Klasik

Lampiran 6: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda