

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPILOKA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP BAURAN PEMASARAN**

### ***ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION AT KOPILOKA COFFEE SHOP AND ITS IMPLICATIONS FOR THE MARKETING MIX***



**Raden Ayu Zahra Shadira  
05011381722173**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

# **SKRIPSI**

## **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP KOPILOKA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP BAURAN PEMASARAN**

**Diajukan Sebagai Syarat untuk Mendapatkan Gelar  
Sarjana Pertanian pada Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya**



**Raden Ayu Zahra Shadira  
05011381722173**

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS  
JURUSAN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN  
FAKULTAS PERTANIAN  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2021**

## RINGKASAN

**RADEN AYU ZAHRA SHADIRA**, Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopiloka di Kota Palembang serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran (Dibimbing oleh **LAILA HUSIN** dan **AGUSTINA BIDARTI**).

Coffee Shop Kopiloka merupakan salah satu Coffee Shop yang berdiri tahun 2017 di Kota Palembang, dengan menawarkan kopi khas dari Provinsi Sumatera Selatan dengan suasana yang nyaman serta authentic bagi para penikmat kopi. Sering berjalannya waktu, di tahun 2018 – 2019 peningkatan jumlah Coffee Shop di Kota Palembang tumbuh begitu pesat. Semakin banyak Coffee Shop yang menawarkan fasilitas dan tempat yang lebih modern serta variasi menu yang lebih banyak. Hal ini menandakan persaingan bisnis yang ketat. Pihak pengelola Kopiloka perlu menganalisis perilaku konsumen dan mengetahui keinginan serta kebutuhan konsumen. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik konsumen, keputusan pembelian konsumen, tingkat kepuasan konsumen serta implikasinya terhadap bauran pemasaran untuk mempermudah pengelola dalam menentukan strategi bauran pemasaran yang tepat. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif, *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan melibatkan 30 orang responden. Pengambilan data dilakukan pada bulan April 2021. CSI sebesar 80.22 persen menunjukkan sebagian besar konsumen merasa puas akan kinerja yang diberikan oleh Kopiloka. Namun, terdapat beberapa atribut yang memiliki tingkat kinerja yang rendah. Metode IPA menunjukkan atribut cita rasa, kesesuaian harga dengan kualitas dan keamanan tempat sebagai atribut yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dan tingkat kinerja yang rendah.

Kata kunci: konsumen, karakteristik, kepuasan, keputusan pembelian, CSI dan IPA

## **SUMMARY**

**RADEN AYU ZAHRA SHADIRA**, Analysis of Customer Satisfaction at Kopiloka Coffee Shop in the City of Palembang and its Implications for the Marketing Mix (Supervised by **LAILA HUSIN** and **AGUSTINA BIDARTI**).

Coffee Shop Kopiloka is one of the Coffee Shops that was established in 2017 at Palembang City, by offering coffee typical of South Sumatra Province with a comfortable and authentic atmosphere for coffee connoisseurs. Over time, in 2018 – 2019 the increase in the number of Coffee Shops in Palembang City grew so rapidly. More and more Coffee Shops are offering more modern facilities and places as well as more menu variations. This indicates a tight business competition. The management of Kopiloka needs to analyze customer behavior and find out the wants and needs of customers. Therefore, this study aims to analyze customer characteristics, customer purchasing decisions, customer satisfaction levels and their implications for the marketing mix to facilitate managers in determining the right marketing mix strategy. The method used is descriptive analysis, Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA) involving 30 respondents. Data collection was carried out in April 2021. CSI of 80.22 percent showed that most customers were satisfied with the performance provided by Kopiloka. However, there are some attributes that have a low level of performance. The IPA method shows the attributes of taste, suitability of price with quality and safety of the place as attributes that have a high level of importance and a low level of performance.

Keywords: customer, characteristics, satisfaction, purchasing decisions, CSI and IPA.

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN COFFEE SHOP  
KOPILOKA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP  
BAURAN PEMASARAN**

**SKRIPSI**

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Pertanian  
pada Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya

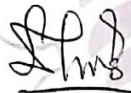
Oleh:

**Raden Ayu Zahra Shadira**  
05011381722173

Indralaya, September 2021

Pembimbing I

Pembimbing II



**Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.**  
NIP. 195904231983122001



**Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.**  
NIP. 197708122008122001

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Pertanian  
Universitas Sriwijaya




**Dr. W. A. Muslim, M.Agr.**  
NIP. 196412291990011001

Skripsi dengan Judul “Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopiloka serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran” oleh Raden Ayu Zahra Shadira telah dipertahankan di hadapan Komisi Penguji Skripsi Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tanggal 01 September 2021 dan telah diperbaiki sesuai saran dan masukan tim penguji.

Komisi Penguji


1. Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc.  
NIP. 195904231983122001

Ketua

(.....)


2. Dr. Agustina Bidarti, S.P., M.Si.  
NIP. 197708122008122001

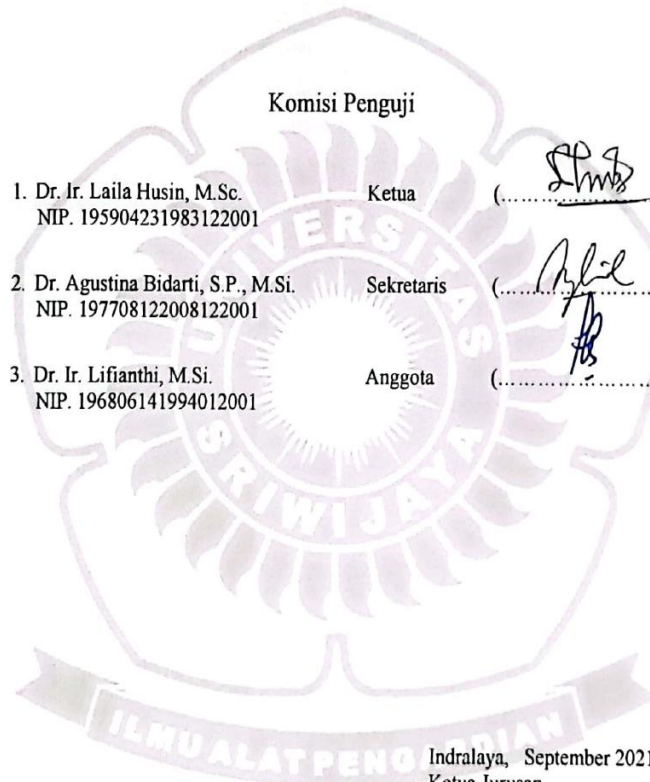
Sekretaris

(.....)

3. Dr. Ir. Lifianthi, M.Si.  
NIP. 196806141994012001

Anggota

(.....)



Indralaya, September 2021  
Ketua Jurusan  
Sosial Ekonomi Pertanian



Dr. Ir. Maryadi, M.Si.  
NIP 196501021992031001

## PERNYATAAN INTEGRITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raden Ayu Zahra Shadira

NIM : 05011381722173

Judul : Analisis Kepuasan Konsumen *Coffee Shop* Kopiloka serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran.

Menyatakan bahwa semua data dan informasi yang dimuat didalam skripsi ini merupakan hasil pemikiran saya sendiri dibawah supervisi pembimbing, kecuali yang disebutkan dengan jelas sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya unsur plagiat dalam skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak mendapatkan paksaan dan tekanan dari pihak manapun.



Palembang, September 2021



Raden Ayu Zahra Shadira

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis bernama lengkap Raden Ayu Zahra Shadira dilahirkan pada tanggal 30 Juli 1999 di DKI Jakarta dan merupakan putri pertama dari dua bersaudara. Penulis dilahirkan dari pasangan Bapak Raden Muhammad Iskandar Zulkarnain S.H., M.Si. dan Ibu Fitri Gusniarti. Penulis memiliki satu saudara perempuan yang bernama Raden Ayu Shafa Zanida.

Penulis berdomisili di Menteng, Jakarta Pusat. Penulis menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-kanak di TK Tugasku Islamic School, lalu melanjutkan sekolah dasar di Sekolah Dasar Tugasku Islamic School sejak 2005-2011. Setelah lulus dari bangku sekolah dasar, penulis melanjutkan pendidikannya di salah satu SMP yang berstandar Internasional yaitu SMPN 1 Jakarta dan selesai pada tahun 2014. Pada tahun 2017, penulis menyelesaikan Sekolah Menengah Atas di SMAN 30 Jakarta. Penulis kemudian mengikuti Jalur SBMPTN untuk melanjutkan pendidikan di perkuliahan, tetapi pada jalur ini penulis belum dinyatakan lulus seleksi. Pada akhirnya penulis mengikuti Jalur Mandiri (USMPTN) yang dilaksanakan oleh Universitas Sriwijaya dan terdaftar di Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya pada tahun 2017.

Dalam masa perkuliahan penulis juga bergabung dalam beberapa organisasi baik organisasi dalam kampus maupun dari luar kampus. Organisasi yang diikuti oleh penulis yaitu: Himpunan Mahasiswa Sosial Ekonomi Pertanian (HIMASEPERTA) Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya dan Himpunan Mahasiswa Banten, Jakarta dan Jawa (HIMABAJAJ) Universitas Sriwijaya.



## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT. atas berkah dan nikmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopiloka di Kota Palembang serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran”. Penelitian ini dilaksanakan sebagai salah satu syarat akademik yang sesuai dengan peraturan Universitas Sriwijaya untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Pertanian Universitas Sriwijaya”.

Penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan, dorongan, semangat, bimbingan, petunjuk, dan kerja sama kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Alm. R.M. Iskandar Zulkarnain, S.H.,M.Si. selaku Ayah Kandung Penulis yang telah senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang serta dukungan doa dan moril maupun materil kepada penulis. Serta memberikan inspirasi judul skripsi untuk penulis.
3. Seluruh Keluarga Besar Kalasan, Keluarga Besar Kapuran dan Keluarga Besar Patra II yang telah senantiasa memberikan dukungan doa, moril dan materil.
4. Drs. R.M. Mochtar Purbaya, Ak. dan Istri, yang telah senantiasa memberikan motivasi serta dukungan kepada penulis
5. Dr. Ir. Maryadi, M.Si. selaku ketua Program Studi Sosial Ekonomi Pertanian yang memberikan penulis kesempatan untuk melakukan penelitian.
6. Dr. Ir. Laila Husin, M.Sc. dan Dr. Agustina Bidarti, S.P.,M.Si. selaku Pembimbing Skripsi I dan II yang telah memberikan motivasi, arahan serta masukannya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Agribisnis dan Fakultas Pertanian yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna kepada penulis
8. Kopiloka Palembang dan semua pihak, yang telah bersedia membantu proses penelitian.

9. Untuk teman-teman seperjuangan yang saling mendukung, memberikan semangat serta motivasi (Ingga, Rinda, Zetira, Meza, Nisa, Tasya, Nabila, Hildha, Sindy, Uyun, Nyiken, Aisyah, Michael, Iqbal, Roy, Alif, Yosua dan Agil)
10. Seluruh anggota Menantu Idaman, Sukses Bersama, CS AGB B Palembang, Bisquad, Geng Tolong Balas, Agribisnis B 2017 Palembang dan Agribisnis angkatan 2017, yang selalu memotivasi dan kebersamai selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Kritik serta saran yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis agar penulis dapat memperbaiki penulisan pada skripsi ini karena penulis menyadari dalam penyusunan masih terdapat banyak kekurangan yang dimiliki oleh penulis. Besar harapan penulis kiranya skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi kita semua.

Indralaya, Juli 2021

Raden Ayu Zahra Shadira

## DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	iii
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB 1. PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kegunaan Penelitian .....	4
BAB 2. KERANGKA PEMIKIRAN .....	6
2.1. Tinjauan Pustaka .....	6
2.1.1. Konsepsi Coffee Shop .....	6
2.1.1.1. Sejarah Coffee Shop .....	7
2.1.2. Konsepsi Konsumen .....	8
2.1.2.1. Perilaku Konsumen .....	8
2.1.2.2. Karakteristik Perilaku Konsumen .....	10
2.1.3. Konsepsi Pengambilan Keputusan .....	13
2.1.4. Konsepsi Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.4.1. Komponen Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.4.2. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.4.3. Manfaat Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.4.4. Cara Mengukur Kepuasan Konsumen .....	16
2.1.5. Konsepsi Bauran Pemasaran .....	17
2.2. Model Pendekatan .....	20
2.3. Hipotesis .....	20
2.4. Batasan Operasional .....	22
BAB 3. METODE PELAKSANAAN .....	23
3.1. Tempat dan Waktu .....	23

	Halaman
3.2. Metode Penelitian .....	23
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	24
3.5. Metode Pengolahan Data .....	24
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>30</b>
4.1. Keadaan Umum Tempat Penelitian .....	30
4.1.1. Letak dan Batas Wilayah Administrasi .....	30
4.1.2. Keadaan Geografi dan Tofografi .....	30
4.1.3. Keadaan Cuaca dan Iklim .....	31
4.2. Keadaan Umum Coffee Shop Kopiloka Palembang .....	32
4.2.1. Sejarah Coffee Shop Kopiloka Palembang .....	32
4.2.2. Struktur Organisasi di Coffee Shop Kopiloka Palembang .....	33
4.3. Analisis Karakteristik dan Keputusan Konsumen Coffee Shop Kopiloka Palembang	33
4.3.1. Karakteristik Konsumen Coffee Shop Kopiloka .....	34
4.3.2. Analisis Keputusan Konsumen Coffee Shop Kopiloka .....	36
4.4. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Coffee Shop Kopiloka .....	41
4.4.1. Indeks Kepuasan Konsumen .....	42
4.4.2. Perbaikan Atribut .....	44
4.5. Implikasi terhadap Bauran Pemasaran .....	52
4.6. Dampak Pandemi Covid-19 pada Coffee Shop Kopiloka.....	56
<b>BAB 5 KESIMPULAN</b> .....	<b>57</b>
5.1. Kesimpulan.....	57
5.2. Saran .....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....	<b>61</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Tahun Berdirinya Coffee Shop di Dunia .....	7
Tabel 2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Karakteristik Perilaku Konsumen .....	10
Tabel 3.1. Interpretasi <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	26
Tabel 3.2. Skor Penilaian Tingkat Kinerja dan Kepentingan .....	27
Tabel 4.1. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia .....	34
Tabel 4.2. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Tabel 4.3. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan ....	35
Tabel 4.4. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan .....	35
Tabel 4.5. Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan .....	36
Tabel 4.6. Motivasi Konsumen untuk Berkunjung .....	37
Tabel 4.7. Sumber Informasi Bagi Konsumen .....	38
Tabel 4.8. Evaluasi Alternatif oleh Konsumen .....	39
Tabel 4.9. Keputusan Pembelian oleh Konsumen .....	39
Tabel 4.10. Pasca Pembelian oleh Konsumen .....	40
Tabel 4.11. Keinginan Rekomendasi oleh Konsumen .....	41
Tabel 4.12. Atribut Coffee Shop Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja .....	42
Tabel 4.13. Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI) .....	43
Tabel 4.14. Nilai Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja ....	45

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian .....	13
Gambar 2.2. Diagram Model Pendekatan .....	20
Gambar 3.1. Diagram Kartesius IPA .....	28
Gambar 4.1. Struktur Organisasi di Coffee Shop Kopiloka.....	33
Gambar 4.2. Diagram Kartesius IPA Coffee Shop Kopiloka .....	46

## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Karakteristik Konsumen di Coffee Shop Kopiloka .....	61
Lampiran 2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen di Coffee Shop Kopiloka .....	63
Lampiran 3. Tingkat Kinerja Coffee Shop Kopiloka.....	65
Lampiran 4. Tingkat Kepentingan Coffee Shop Kopiloka .....	66
Lampiran 5. Dokumentasi Foto-Foto Penelitian .....	67

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara pertanian, pertumbuhan ekonomi nasional indonesia dipengaruhi oleh pertumbuhan sektor pertanian dimana peran sektor pertanian lebih tinggi dibandingkan beberapa sektor lainnya. PDB sektor pertanian indonesia pada Triwulan II 2020, meningkat 16,24% (q-to-q) dan 2,19% (y-on-y) dari Triwulan sebelumnya (deptan, 2020).

Perkebunan merupakan salah satu subsektor pertanian yang memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Berdasarkan berita resmi BPS pada 21 Desember 2020, dapat diketahui bahwa subsektor perkebunan menjadi penyumbang terbesar ekspor di sektor pertanian dengan kontribusi sebesar 90,92%. Ekspor komoditas perkebunan yang melonjak adalah komoditas Kelapa Sawit, Karet, Kakao, Kelapa dan Kopi. Ekspor perkebunan tertinggi yaitu sebesar 38,46 Triliun Rupiah dengan kenaikan sebesar 8,76%. (deptan, 2020).

Tanaman kopi (*Coffea spp.*) merupakan salah satu komoditas ekspor unggulan yang dikembangkan di Indonesia karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi di pasaran dunia. Kopi memiliki potensi untuk dikembangkan karena terjadi peningkatan kebutuhan terhadap kopi baik didalam maupun luar negeri. (Afriliana, 2018)

Kopi menjadi salah satu komoditas yang penting bagi perekonomian dunia baik dari segi konsumsi maupun dari segi produksi. Hal tersebut dapat dilihat dari peningkatan konsumsi kopi di Indonesia secara keseluruhan. Berdasarkan informasi yang didapat dari Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI), secara keseluruhan konsumsi kopi didalam negeri mengalami peningkatan yang signifikan. Sebagian besar kopi yang dikonsumsi oleh masyarakat adalah kopi yang telah diolah dan siap untuk di konsumsi.

Sebagai komoditas yang potensial, Kebutuhan usaha terhadap bahan baku kopi dan kebutuhan konsumsi masyarakat yang selalu meningkat mengakibatkan petani kopi meningkatkan produksi sehingga produksi kopi nasional juga mengalami peningkatan setiap tahunnya.



Perubahan gaya hidup masyarakat, terutama masyarakat perkotaan, yang cenderung konsumtif dan menyenangi produk instan mengakibatkan bertambahnya jumlah pengusaha yang menciptakan produk instan atau praktis guna memenuhi keinginan konsumen. Meningkatnya konsumsi kopi dan perubahan gaya hidup masyarakat menyebabkan mulai berkembangnya industri Coffee Shop di Indonesia. Perkembangan Coffee Shop ini dapat terlihat di pusat-pusat perkotaan karena penduduk perkotaan memiliki sikap konsumtif yang lebih tinggi dibandingkan dengan penduduk pedesaan.

Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu trend baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai brand, cafe dan coffee shop di kota – kota besar. Meskipun banyak brand yang bemunculan namun pangsa pasar yang dituju berbeda-beda. Dalam hal ini budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di Coffee Shop di kota-kota besar, dan di kedai atau warung kopi pada masyarakat desa ataupun kota – kota kecil (kurniawan, 2017).

Sumatera Selatan merupakan salah satu provinsi penghasil kopi terbesar kedua di Sumatera. Tepatnya di sebuah daerah penghasil kopi jenis robusta di Dataran Tinggi Besemah yang mencakup beberapa kabupaten, seperti Lahat, Muara Enim, Pagar Alam, dan Empat Lawang. Berdasarkan data dari Direktorat Jenderal Perkebunan, dari 250.212 hektar perkebunan kopi inilah terhimpun sebesar 191.081 ton atau setara 25% dari keseluruhan produksi kopi nasional pada tahun 2020.

Pengusahaan kopi di Sumatera Selatan seluruhnya diusahakan oleh rakyat, dengan jumlah petani sekitar 205.075 petani. Kelompok petani kopi ini mayoritas lebih suka menjual dalam bentuk bahan baku (hulu) yaitu biji kering (coffee beans) sebagai komoditas ekspor dibandingkan melakukan pengolahan lanjutan (hilir) (Bappeda Sumsel, 2016).

Pertumbuhan penduduk Kota Palembang yang begitu pesat dan meningkatnya jumlah penikmat kopi di Kota Palembang membuat sebuah peluang bisnis yang sangat baik untuk membuka Coffee Shop. Proses pembuatan kopi di coffee shop yang penulis ketahui dapat menggunakan mesin dan manual brewing. Menggunakan mesin menghasilkan jenis olahan kopi seperti espresso, sedangkan

dengan menggunakan manual brewing yang memiliki berbagai teknik pembuatannya seperti teknik v60, cold brew, syphon, aeropress, tubruk, dan sanger.

Coffee Shop Kopiloka merupakan salah satu Coffee Shop yang berdiri tahun 2017 di Kota Palembang, yang cabang utamanya (Kopiloka Roastery) berlokasi di Jl. Hulubalang, Ilir Barat 1, Bukit Lama, Kota Palembang. Kopiloka juga memiliki beberapa cabang seperti: Kopiloka Industrial, Kopiloka 3.0, Kopiloka Social Space dan Kopiloka Workshop. Coffee Shop Kopiloka menawarkan kopi khas dari Provinsi Sumatera Selatan dengan suasana yang nyaman serta *authentic* bagi para penikmat kopi serta dengan adanya beberapa tanaman hias membuat coffee shop terasa lebih hijau dan sejuk. Coffee Shop Kopiloka *me-roasting* biji kopi kering (*Greenbeans*) yang diperoleh dari petani di berbagai daerah dalam Provinsi Sumatera Selatan dan diolah menggunakan teknik manual brewing dalam penyeduhan minuman kopi.

Seiring berjalannya waktu, di tahun 2018 – 2019 peningkatan jumlah Coffee Shop di Kota Palembang tumbuh begitu pesat. Semakin banyak Coffee Shop yang menawarkan fasilitas dan tempat yang lebih modern serta variasi menu yang lebih banyak. Hal ini menandakan persaingan bisnis yang ketat.

Beberapa hal yang ditawarkan oleh pihak pengelola dianggap sebagai modal untuk menarik konsumen agar dapat berkunjung ke Coffee Shop Kopiloka. Oleh karena itu, pihak pengelola Coffee Shop Kopiloka perlu memahami perilaku konsumen dan mengenali kebutuhan serta keinginan konsumen saat ini dan di kemudian hari. Hal tersebut menjadi sesuatu yang penting untuk diketahui pihak pengelola agar dapat mempertahankan dan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen,

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana karakteristik dan keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Kopiloka ?

2. Bagaimana tingkat kepuasan relatif konsumen terhadap Coffee Shop Kopiloka?
3. Bagaimana implikasi dari kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik dan keputusan pembelian konsumen di Coffee Shop Kopiloka.
2. Menganalisis tingkat kepuasan relatif konsumen terhadap Coffee Shop Kopiloka.
3. Menganalisis implikasi dari kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran.

### **1.4. Kegunaan Peneliitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan terhadap berbagai pihak, adapun kegunaan dari penelitian ini yaitu:

1. Bagi masyarakat, sebagai bahan informasi bagi pemilik Coffee Shop untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap strategi bauran pemasaran Coffee Shop dan sebagai referensi terhadap konsumen untuk memilih Coffee Shop.
2. Bagi pemerintah, sebagai masukan dan pertimbangan dalam pengambilan kebijakan terkait dengan kepuasan konsumen dan Coffee Shop.
3. Bagi peneliti, sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman peneliti serta salah satu prasyarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana.
4. Peneliti lain, sebagai sumber informasi untuk mengadakan penelitian lebih lanjut tentang kepuasan konsumen dan Coffee Shop.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfriliana, A. 2018. Teknologi Pengolahan Kopi Terkini. Yogyakarta: Deepublish.
- Apriyani, D. A dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Malang: Universitas Brawijaya.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2020. Konsumsi Kopi Indonesia. <http://www.aeki-aice.org>. Diunduh 27 Februari 2021.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Selatan 2020. Luas lahan Produksi Tanaman Kopi Perkebunan Rakyat Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Selatan. BPS, Sumatera Selatan.
- Damanik, Pricillia Anggita. 2014. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Minuman Kopi dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Indeks (CSI) (Studi Kasus di Coffee Story Malang Jawa Timur). Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Brawijaya: Malang.
- Dianto, Indra Wahyu. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak&Shake JL. Cendrawasih No.30 Yogyakarta. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- Direktorat Jenderal Bina Produksi Perkebunan. 2020. Statistik Perkebunan Indonesia: Kopi 2018-2020. Departemen Pertanian, Direktorat Jenderal Bina Produksi Perkebunan, Jakarta.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. 2020. Peluang Ekspor Perkebunan Masih Bertahan. Direktorat Jenderal Perkebunan. Kementerian Pertanian. Jakarta: Indonesia.
- Diwanggoro, Elan. 2016. Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Kopi dan Kualitas Pelayanan di Kafe Kopi Garasi Candi Winangun Ngaglik Sleman Yogyakarta. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta
- International Coffee Organization (ICO). 2021. ICO Annual Review 2019-2020. International Coffee Organization. London.
- Iskandarini. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kedai Kopi Ulee Kareng di Kota Medan. Fakultas Pertanian. Universitas Sumatera Utara : Medan.
- Karmana, Rizki Darmawan. 2020. Analisis Kepuasan Konsumen pada Pembelian Produk di Aditi Coffee House and Space. Agribisnis. Universitas Padjajaran. Jatinangor: Jawa Barat.

- Kementerian Pertanian Republik Indonesia, <https://pertanian.go.id>. diakses pada tanggal 5 Maret 2021.
- Lestari, Putri. 2016. Analisis Strategi Pengembangan Agribisnis Kopi Arabika di Desa Simpang Campang Kecamatan Kisan Ilir Kabupaten Oku Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya.
- Lini, saru. 2016. Sistem Pemasaran Kopi Bubuk Robusta di Desa Pulau Panggung Kecamatan Semendo Darat Laut Kabupaten Muara Enim Sumatera Selatan. Skripsi. Universitas Sriwijaya
- Maulana, Muhammad Akhsan. 2017. Analisis Kepuasan Konsumen Coffee Shop Taman Kopi di Kota Serang serta Implikasinya terhadap Bauran Pemasaran. Departemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor: Kota Bogor.
- Monica, Vioni. 2013. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Anomali Coffee di Kemang, Jakarta Selatan. Departemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor: Bogor.
- Ranitaswari, Putu Anggi. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Produk Kopi dan Kualitas Pelayanan menggunakan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus di Geo Coffee). Fakultas Teknologi Pertanian. Universitas Udayana. Denpasar: Bali.
- Safitri, Evi. 2019. Karakteristik Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus pada PT Hadji Kalla Cabang Gowa). Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Makasar: Makasar
- Sapta, Agung. 2017. Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Pembelian Ulang (Studi Kasus Konsumen Sahabat Kopi di Wilayah Ciputat). Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta : Ciputat.
- Sara, Siti. 2014. Analisis Kepuasan Konsumen Gerai Kopi di Kota Medan dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. Agribisnis. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Sari, Suci Wulan. 2015. Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Ndalem Ngabean Resto. Fakultas Teknik. Universitas Negeri Yogyakarta: Yogyakarta.
- Selang, Christian. 2013. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado. Fakultas Ekonomi. Universitas Sam Ratulangi : Manado.
- Sholehah, Citra Wahyu. 2019. Analisa Kadar Kafein pada Kopi Jenis Robusta dengan Menggunakan Spektrofotometri Ultraviolet. Skripsi. Fakultas Farmasi dan Kesehatan. Institut Kesehatan Helvetia: Medan.

- Sona, Batara Ari. 2018. Analisis Faktor yang dipertimbangkan dalam Keputusan Memilih Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Atas. Departemen Agribisnis. Universitas Muhammadiyah Malang: Malang.
- Stenley, Ivan. 2009. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Coffee Shop Warung Kopi serta Implikasinya Terhadap Strategi Pemasaran. Skripsi. Departemen Agribisnis. Institut Pertanian Bogor: Dramaga.
- Swara, Ni Nyoman Adityarini Abiyoga Vena. 2018. Peran Word of Mouth Memediasi Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen pada Green Produk Merek Oriflame di Kota Denpasar. Fakultas Ekonomi. Universitas Hindu Indonesia. Denpasar: Bali
- Utami, Dara. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Kota Medan. Skripsi. Agribisnis. Universitas Sumatera Utara: Medan.
- Wulandari, Utami. 2018. Analisis Pendapatan Usahatani dan Pemasaran Hasil Kopi serta Strategi Pengembangannya di Desa Lubuk Dalam Kecamatan Tanjung Sakti Pumi Lahat. Fakultas Pertanian. Universitas Sriwijaya : Indralaya.
- Yuliansyah, Zulian. 2017. Motivasi Remaja Mengunjungi Kedai Kopi Kelas Menengah di Bandar Lampung. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung: Bandar Lampung.