

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN AMPM COFFEE SIDOARJO**



**DISUSUN OLEH :
CINDI AULIA ZAHRANI
NPM 22230014**

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2026**

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN AMPM COFFEE SIDOARJO**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknologi Pertanian
Program Studi Teknologi Industri Pertanian
Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

CINDI AULIA ZAHRANI

22230014

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu

Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Teknologi Pertanian (S.TP)

Di

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Oleh :

CINDIAULIA ZAHRANI

22230014

Hari / Tanggal Sidang : Rabu, 1 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ir. Tri Rahayuningsih, M.A.

NIDN 0711026601

Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P.

NIDN 0706076703

An. Ketua Program Studi
Sekretaris Program Studi
Teknologi Industri Pertanian

Marina Revitriani, S.TP., M.P.

NIDN 0706088101

Dekan

Fakultas Teknik

Dr. Ir. Agung Kukuh Adisusilo, S.T., M.T.

NIDN 0715027802

LEMBAR PENGESAHAN REVISI

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Pelanggan AMPM
Coffee Sidoarjo
Nama : Cindi Aulia Zahrani
NPM : 22230014

Telah Diuji Pada

Hari : Rabu
Tanggal : 1 Juli 2026
Tempat : Ruang Asistensi, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Disetujui Oleh,

Dosen Penguji I

Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T
NIDN 0728026901

Dosen Penguji II

Diana Puspitasari, S.TP., M.T
NIDN 0730067301

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Ir. Tri Rahayuningsih, M.A.
NIDN 0711026601

Dosen Pembimbing II

Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P.
NIDN 0706076703

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan mendapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik SARJANA yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 1 Juli 2026



Nama	: Cindi Aulia Zahrani
NPM	: 22230014
Program Studi	: Teknologi Industri Pertanian
Fakultas	: Teknik
Universitas	: Wijaya Kusuma Surabaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat tugas akhir Program Sarjana Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan, terutama kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Anang Kukuh Adisusilo, S.T., M.T. selaku Dekan Fakultas Teknik
2. Bapak Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, M.P. selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian dan Dosen Pembimbing II yang telah membimbing untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Ir. Tri Rahayuningsih, M.A. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan membimbing penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan menyeluruh
4. Ibu Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T. selaku Dosen Wali, yang telah memberikan arahan, motivasi, serta pendampingan akademik kepada penulis selama menempuh masa perkuliahan.
5. Bapak/Ibu dosen Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
6. Kepada bapak Sandhi Febriyanto Kusumo Asfandhy sebagai Owner dan Sindi Mayangsari selaku manager *Coffee Shop* AMPM Sidoarjo yang telah memberikan izin serta bantuan, serta kemudahan dalam proses pengambilan data penelitian.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis.
8. Adik-adik tersayang, yang selalu memberikan semangat dan kebahagiaan bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman yang selalu menyemangati dari kejauhan, yaitu Rani, Fiona, dan Bilqis, terima kasih atas motivasi yang terus menguatkan penulis.

10. Teman-teman dekat “Perawan Ciplukan”, yaitu Nita, Azza, Thalia, dan Azizah, yang telah menemani penulis selama menjadi teman kuliah, berbagi pengalaman, serta memberikan dukungan .
11. Untuk diri sendiri, terima kasih telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. *“You did it. Keep going and believe in yourself. Cin!”*

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan ini memberikan manfaat dan informasi yang berguna bagi semua pihak.

Surabaya, 1 Juli 2026

Cindi Aulia Zahrani

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN REVISI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	5
1.5 Batasan Masalah	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
2.1.1 Produk (<i>Product</i>)	6
2.1.2 Harga (<i>Price</i>)	8
2.1.3 Tempat (<i>Place</i>)	9
2.1.4 Promosi (<i>Promotion</i>)	10
2.1.5 Orang (<i>People</i>)	12
2.1.6 Proses (<i>Process</i>)	14
2.1.7 Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	15
2.2 Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	16
2.2.2 Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2.3 AMPM Coffee Sidoarjo	18

2.3.1 Profil Umum AMPM Coffee Sidoarjo.....	18
2.3.2 Konsep Tempat, Fasilitas dan Jam Operasional	19
2.3.3 Menu dan Kualitas Produk	19
2.3.4 Harga Produk.....	20
2.3.5 Promosi dan Aktivitas Hiburan	21
2.3.6 Struktur SDM dan Proses Pelayanan.....	22
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Hipotesis Penelitian	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....	26
3.2 Jenis dan Pendekatan Penelitian	26
3.3 Tahapan Penelitian	26
3.3.1 Identifikasi Masalah	27
3.3.2 Perumusan Masalah.....	27
3.3.3 Studi Pustaka	27
3.3.4 Kerangka Konseptual	27
3.3.5 Variabel Penelitian.....	28
3.3.6 Instrumen Penelitian dan Skala Pengukuran	30
3.3.7 Populasi dan Sampel Penelitian.....	33
3.3.8 Penyebaran Kuesioner dan Pengumpulan Data.....	33
3.3.9 Pengolahan dan Analisis Data	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum dan Perkembangan Usaha AMPM Coffee Sidoarjo.....	38
4.2 Pengujian Instrumen	39
4.2.1 Uji Validitas	46
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	49
4.2.3 Uji Normalitas	50
4.3 Analisis Deskriptif.....	50
4.3.1 Hasil Analisis Deskriptif Per Item.....	52
4.4 Pengujian Hipotesis	63
4.4.1 Uji Simultan (Uji F).....	63
4.4.2 Uji Parsial (Uji t)	64
4.5 Uji Koefisien Determinasi	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
Tabel 2.1	Menu Minuman AMPM Coffee Sidoarjo.....	20
Tabel 2.2	Menu Makanan AMPM Coffee Sidoarjo	20
Tabel 2.3	Harga Produk AMPM.....	21
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1	Variabel Laten dan Variabel Manifest	29
Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas <i>Product</i>	40
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	41
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas <i>Place</i>	41
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas <i>Promotion</i>	42
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas <i>People</i>	43
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas <i>Process</i>	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	44
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	45
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas 10 Responden	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas <i>Product</i>	46
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas <i>Price</i>	47
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas <i>Place</i>	47
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas <i>Promotion</i>	47
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas <i>People</i>	48
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas <i>Process</i>	48
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas <i>Physical Evidence</i>	48
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	49
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.19	Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.20	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.21	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	51
Tabel 4.22	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.23	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	52
Tabel 4.24	Hasil Uji F	63
Tabel 4.25	Hasil Uji T	65
Tabel 4.26	Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
Gambar 2.1	AMPM Coffe	18
Gambar 2.2	Banner promosi AMPM Coffee	21
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	26
Gambar 3.2	Kerangka Konseptual	28
Gambar 4.1	Grafik Fluktuasi Jumlah Transaksi Pelanggan AMPM Coffee Sidoarjo Periode 12 Bulan Terakhir	39
Gambar 4.2	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Product</i>	53
Gambar 4.3	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Price</i>	54
Gambar 4.4	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Place</i>	55
Gambar 4.5	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Promotion</i>	57
Gambar 4.6	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>People</i>	58
Gambar 4.7	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Process</i>	59
Gambar 4.8	Grafik Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel <i>Physical Evidence</i> ..	60
Gambar 4.9	Penilaian Setuju dan Sangat Setuju Variabel Kepuasan Pelanggan	62

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Teks	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 2.	Tabulasi Data	87
Lampiran 3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 10 Responden	91
Lampiran 4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 100 Responden	96
Lampiran 5.	Hasil Uji Normalitas.....	101
Lampiran 6.	Uji Hipotesis	102
Lampiran 7.	Dokumentasi Pengambilan Data Penelitian	103
Lampiran 8.	Dokumentasi Lokasi Penelitian AMPM Coffee Sidoarjo.....	104

RINGKASAN

Cindi Aulia Zahrani. 22230014. **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN AMPM COFFEE SIDOARJO.**
Dibimbing oleh : Ir.Tri Rahayuningsih, MA dan Dr. Eng. Ir. H. Mujiyanto, MP.

AMPM Coffee Sidoarjo merupakan salah satu *coffee shop* yang mulai beroperasi sejak tahun 2021 dan berlokasi di kawasan Kavling DPR, Sidoarjo. Kedai ini hadir dengan konsep *coffee shop* modern yang menyasar segmen pelajar, mahasiswa, dan pekerja muda usia 16–35 tahun dengan mengusung cita rasa premium, harga ramah, serta tempat yang nyaman untuk berbagai aktivitas, baik untuk bersantai, bekerja, maupun berdiskusi. AMPM Coffee menawarkan beragam menu minuman dan makanan pendamping, seperti AMPM *Signature*, *Butterscotch*, *Matcha*, *Blue Milf*, Nasi Goreng AMPM, dan *Sweet Toast Milk*, serta melakukan inovasi menu secara berkala setiap tiga bulan. Selain itu, kedai ini juga didukung oleh fasilitas WiFi, area parkir yang memadai, serta aktivitas promosi dan hiburan rutin seperti *live music* dan live DJ yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat dalam penelitian ini, yang didefinisikan sebagai tingkat perasaan senang atau kecewa pelanggan setelah membandingkan kinerja produk atau layanan yang diterima dengan harapan yang dimilikinya. Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap nilai yang dirasakan, baik dari aspek produk, harga, promosi, maupun pengalaman selama berkunjung. Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menganalisis faktor-faktor tersebut adalah melalui bauran pemasaran. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah bauran pemasaran 7P yang meliputi tujuh elemen, yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat/distribusi (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*physical evidence*). Ketujuh elemen ini diyakini berperan penting dalam membentuk persepsi, pengalaman, dan pada akhirnya, kepuasan pelanggan terhadap AMPM Coffee Sidoarjo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran 7P (produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik) terhadap kepuasan pelanggan AMPM Coffee Sidoarjo, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini dilakukan terhadap populasi konsumen yang pernah membeli atau mengonsumsi produk di AMPM Coffee Sidoarjo. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 konsumen yang pernah melakukan pembelian di AMPM Coffee Sidoarjo. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* yaitu *purposive sampling*, dengan kriteria responden yang berusia minimal 17 tahun, telah terbukti melakukan pembelian di AMPM Coffee Sidoarjo, dan bersedia mengisi kuesioner penelitian secara sukarela.

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan alat ukur dalam mengukur variabel yang diteliti, sementara uji reliabilitas berguna untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keakuratan kuesioner. Sebelum dilakukan analisis regresi, data juga diuji normalitasnya untuk memastikan bahwa data residual berdistribusi normal. Data yang telah memenuhi syarat kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan dan besaran pengaruh faktor bauran pemasaran 7P (X1, X2, X3, X4, X5, X6, dan X7) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dalam rangkaian analisis tersebut, dilakukan pula uji hipotesis yang mencakup uji parsial (uji t) untuk melihat pengaruh masing-masing faktor secara individu, uji simultan (uji F) untuk menguji pengaruh seluruh faktor 7P secara bersama-sama, serta uji koefisien determinasi (R^2) untuk menentukan seberapa besar persentase kontribusi variabel 7P dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Hasil analisis regresi diperoleh persamaan regresi berganda yaitu: $Y = 0,546 + 0,243X4 + 0,328X5 + 0,439X6 + 0,211X7$. Terdapat 4 variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), yaitu variabel *promotion* (X4), *people* (X5), *process* (X6), dan *physical evidence* (X7). Sementara itu, 3 variabel independen lainnya yaitu *product* (X1), *price* (X2), dan *place* (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran 7P, Kepuasan Pelanggan, AMPM Coffee