

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Bauran Pemasaran yang Mempengaruhi Keputusan Beli Kopi Ijo Waris Tulungagung” ini ditulis oleh Dadang Heru Jatmiko, NIM 12405183276, pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Konsumen kopi ijo cenderung mencari dan mengevaluasi alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjajikan pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang dianutnya. Bagaimana individu mengalokasikan uang dan waktu yang dapat menggambarkan gaya hidup juga terjadi pada fenomena minum kopi di warung yang belakangan ini merebak. Warung kopi adalah suatu usaha di bidang makanan dan minuman yang dikelola secara komersial yang menawarkan para tamu berbagai variasi menu kopi dan juga makanan kecil dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan pelayanan yang baku. Untuk sekarang ini kebiasaan minum kopi di warung kopi telah merebak di Indonesia, terutama di sejumlah kota-kota besar. Bukan hal yang mudah bagi warung kopi ini, diperlukan analisis yang tepat dalam menjalankan usaha warung kopi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pelanggannya.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli kopi ijo waris di Tulungagung. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner/angket dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis factor.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) variabel kualitas produk menjadi faktor penentu terhadap Keputusan pembelian di Warung Kopi Ijo Waris, 2) variabel kualitas pelayanan menjadi faktor penentu terhadap Keputusan pembelian di Warung Kopi Ijo Waris, 3) variabel lokasi menjadi faktor penentu terhadap Keputusan pembelian di Warung Kopi Ijo Waris, 4) variabel promosi tidak menjadi faktor penentu terhadap Keputusan pembelian di Warung Kopi Ijo Waris, dan 5) Variabel paling dominan adalah factor 1 yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi, namun sesuai dengan hasil pengujian ini lokasi menjadi factor paling dominan dalam mempengaruhi Keputusan pembelian di Warung Kopi Ijo Waris di Tulungagung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The thesis with the title " Analysis of Marketing Mix Factors that Influence the Decision to Buy Ijo Waris Tulungagung Coffee " was written by Dadang Heru Jatmiko, NIM 12405183276, supervisor Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Green coffee consumers tend to look for and evaluate existing alternatives with product attributes that promise to fulfill their lifestyle needs. How individuals allocate money and time which can describe lifestyle also occurs in the phenomenon of drinking coffee in coffee shops which has recently spread. A coffee shop is a commercially managed food and beverage business that offers guests a variety of coffee menus and snacks with service in an informal atmosphere without following standard service rules. Currently, the habit of drinking coffee in coffee shops has spread in Indonesia, especially in a number of big cities. This is not an easy thing for a coffee shop, proper analysis is needed in running a coffee shop business, so that it can increase customers' buying interest.

The approach used in this research is a quantitative approach. The population in this study were all buyers of Waris green coffee in Tulungagung. The sample in this study was 100 respondents. Data collection techniques were carried out using questionnaires and documentation methods. The data analysis used in this research is factor analysis.

The results of this research show that: 1) the product quality variabelon is a determining factor in purchasing decisions at Warung Kopi Ijo Waris, 2) the service quality variabelon is a determining factor in purchasing decisions at Warung Kopi Ijo Waris, 3) the location variabelon is a determining factor in purchasing decisions at Warung Kopi Ijo Waris, 4) the promotion variabelon is not a determining factor in purchasing decisions at Warung Kopi Ijo Waris, and 5) The most dominant variabelon is factor 1, namely product quality, service quality, and location, but according to the results of this test, location is The most dominant factor influencing purchasing decisions at Warung Kopi Ijo Waris in Tulungagung.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Location, Purchasing Decisions