

SKRIPSI

**PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX PADA KEDAI KOPI DI
KOTA YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Yang Ada Di Kota Yogyakarta)



Disusun Oleh:

Mardwianto Setiawan

170323695

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

**PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX PADA KEDAI KOPI DI
KOTA YOGYAKARTA**

(Studi Kasus Pada Kedai Kopi Yang Ada Di Kota Yogyakarta)



Disusun Oleh:

Mardwianto Setiawan

170323695

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D

16 Juni 2023

SKRIPSI

**PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX PADA KEDAI KOPI DI
KOTA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

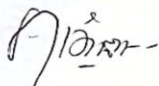
Mardwianto Setiawan

NPM: 170323695

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal 10 Juli 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Program Studi Manajemen

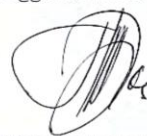
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Dr. Jeanne Ellyawati, MM.

Anggota Panitia Penguji



Th. Diah Widiastuti, SE., M.Si.



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

**Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
DAFTAR ISI.....	ii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Marketing Mix.....	7
2.1.1 Pengertian Marketing Mix	7
2.1.2 Marketing Mix Menurut Para Ahli	8
2.2 Kopi	11
2.2.1 Pengertian Kopi	11
2.2.2 Jenis-Jenis Kopi	12
2.3 Coffee Shop.....	14
2.3.1 Apa Itu Kedai Kopi.....	14
2.3.2 Kedai Kopi Menurut Para Ahli.....	16
2.4 Fenomena Kedai Kopi.....	17
2.4.1 Sekilas Tentang Fenomena Kedai Kopi.....	17
2.4.2 Fenomena Kedai Kopi Yang Sering Terjadi.....	17
2.4.3 Faktor-Faktor Terjadinya Fenomena Kedai Kopi.....	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Pendekatan Penelitian.....	29
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.3 Waktu dan Tempat Penelitian	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Teknik Analisis Data	37

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Wawancara.....	43
4.2 Hasil Observasi.....	59
4.3 Gambaran Umum Informan Kedai Kopi.....	74
4.4 Penyajian Hasil Pengamatan Di 3 Kedai Kopi Terhadap Penerapan 7P Marketing Mix.....	79
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	96



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Penerapan Strategi Marketing Mix Pada Kedai Kopi di Kota Yogyakarta" ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak/Ibu dosen pembimbing saya, Drs. Budi Suprpto, M.B.A., Ph.D , atas bimbingan, arahan, dan dukungan yang diberikan dalam penyelesaian Skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada para *owner* Kedai Kopi yang telah berkenan memberikan waktunya dalam membantu saya mengumpulkan informasi dan sumber data dalam penelitian ini.

Pada kesempatan ini, saya ingin menyampaikan latar belakang dan tujuan dari pembuatan Skripsi ini. Latar belakang pembuatan Skripsi ini adalah karena perkembangan Kedai Kopi yang semakin pesat dikota Yogyakarta dan mengubah pola gaya hidup yang ada, ditambah lagi era digital saat ini berkembang cukup pesat dan menciptakan skala pemasaran yang cukup luas. Oleh karena itu, Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan Strategi Pemasaran Kedai Kopi di Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, saya menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

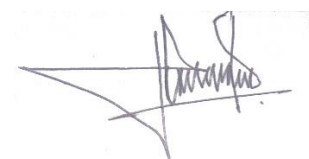
Adapun instrumen yang digunakan adalah kuesioner wawancara tanya jawab kepada para *owner coffee shop*

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab satu membahas tentang pendahuluan, bab dua membahas tentang tinjauan pustaka, bab tiga membahas tentang metodologi penelitian, bab empat membahas tentang data dan hasil penelitian, dan bab lima merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap Skripsi ini dapat memberikan kontribusi dan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian mengenai Penerapan strategi pemasaran Kedai Kopi. Saya juga berharap semoga skripsi ini dapat diterima dengan baik oleh semua pihak.

Yogyakarta, 1 Maret 2023

Penulis,



Mardwianto Setiawan

170323695

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan skripsi dengan judul:

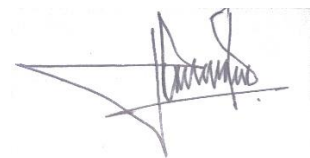
PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX PADA KEDAI KOPI DI KOTA YOGYAKARTA

(Studi kasus pada Kedai Kopi yang ada dikota Yogyakarta)

Benar-benar merupakan hasil karya sendiri, baik dari pernyataan, ide, serta kutipan langsung dan tidak langsung yang bersumber dari tulisan dari orang lain. Saya telah nyatakan secara tertulis di skripsi ini pada daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi saya, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 16 Juni 2023

Yang menyatakan



Mardwianto Setiawan

170323695

**PENERAPAN STRATEGI MARKETING MIX PADA KEDAI KOPI DI
KOTA YOGYAKARTA
(Studi kasus pada Kedai Kopi yang ada dikota Yogyakarta)**

**Disusun oleh:
Mardwianto Setiawan
NPM: 170323695**

**Pembimbing:
Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D**

Abstrak

Perkembangan Kedai Kopi yang semakin pesat dikota Yogyakarta dan mengubah pola gaya hidup yang ada, ditambah lagi era digital saat ini berkembang cukup pesat dan menciptakan skala pemasaran yang cukup luas. Oleh karena itu, Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui Penerapan Strategi Pemasaran Kedai Kopi di Kota Yogyakarta.

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun instrumen yang digunakan adalah kuesioner wawancara tanya jawab kepada para owner kedai kopi.

Skripsi ini terdiri dari lima bab. Bab satu membahas tentang pendahuluan, bab dua membahas tentang tinjauan pustaka, bab tiga membahas tentang metodologi penelitian, bab empat membahas tentang data dan hasil penelitian yang terkait dengan 4P dan 7P digabungkan menjadi satu hasil, dan bab lima merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

Kata kunci: *Marketing Mix, Kedai Kopi, Kopi*