

---

# **KOPI MIX PEMASARAN**

**Ditinjau Dari Sisi Keputusan Pembelian  
Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Dan  
Loyalitas Pelanggan**

Hafidz Hanafiah, S. Si., MM.

# KOPI MIX PEMASARAN

Ditinjau Dari Sisi Keputusan Pembelian Pelanggan, Kepuasan Pelanggan,  
Dan Loyalitas Pelanggan

Penulis:

Hafidz Hanafiah, S.Si., MM.



PENERBIT:  
CV. AA. RIZKY  
2019

Hafidz Hanafiah, S. Si., MM.

# KOPI MIX PEMASARAN

Ditinjau Dari Sisi Keputusan Pembelian Pelanggan, Kepuasan Pelanggan,  
Dan Loyalitas Pelanggan

© Penerbit CV. AA Rizky

**Penulis:**  
Hafidz Hanafiah, S.Si., MM.

**Editor:**  
Khaeruman

**Penyunting:**  
Suflani

**Desain Sampul dan Tata Letak:**  
Tim Kreasi CV. AA. RIZKY

Cetakan Pertama, Mei 2019

**Penerbit:**  
CV. AA. RIZKY  
Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34  
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183  
Hp. 0819-06050622, Website : aarizky.com  
*E-mail: aa.rizkypress@gmail.com*

**Anggota IKAPI**  
No. 035/BANTEN/2019

**ISBN : 978-623-90821-9-2**

Copyright © 2019 CV. AA. Rizky

**Hak cipta dilindungi undang-undang**  
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara apapun  
tanpa ijin tertulis dari penulis dan penerbit.

**Isi diluar tanggungjawab Penerbit.**

**Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**  
**Pasal 72**

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kekuatan dan kemampuan kepada kami. Buku ini merupakan proses membaca, mengamati, dan menganalisis serta mensintesis sehingga menghasilkan suatu karya ilmiah. Tujuan buku ini untuk memberikan sumbangsih sebagai akademisi khususnya ilmu bidang manajemen, pemasaran, serta dunia kopi. Sehingga dapat bermanfaat sebagai referensi di masa yang akan datang.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua Orang Tua saya Bapak Sumantri dan Ibu Tjutju Komariah yang telah membimbing dan mengarahkan di waktu kecil, tanpa doa dan dukukungan mereka usaha yang penulis lakukan saat ini belum tentu bisa terlaksana.
2. Istri tercinta Veni Citrawati yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil dan Adeeva sebagai peny emangat agar tetap terus bisa menulis.
3. Rekan-rekan grup Jabfung Universitas Bina Bangsa semoga tetap solid.

Penulis sebagai manusia biasa akan luput dari segala kekurangan dan kesalahan Sehingga diharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun. Akhirnya penulis berharap buku ini bermanfaat, semoga Allah SWT memberi rahmat dan hidayah serta ridho -Nya bagi kita semua.

Serang, Mei 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
<b>BAB 1</b> <b>PENDAHULUAN DAN SEJARAH KOPI</b> .....	<b>1</b>
1.1    Pendahuluan Kopi .....	1
1.2    Sejarah Kopi di Dunia .....	2
1.3    Legenda tentang Asal Usul Minuman Kopi .....	4
1.4    Perkembangan Budaya Minum Kopi .....	6
1.5    Jenis-Jenis Tanaman Kopi .....	7
1.6    Mengenal Varietas Kopi yang Populer di Dunia ...	10
1.7    Sepuluh Negara Penghasil Kopi Terbesar di Dunia .....	17
1.8    Sejarah Kopi di Indonesia .....	24
1.9    Peta Citarasa dan Aroma Kopi di Indonesia .....	29
1.10   Perkembangan Industri Kopi di Indonesia .....	43
<b>BAB 2</b> <b>SEPUTAR DUNIA KOPI</b> .....	<b>35</b>
2.1    Pengertian Kopi .....	35
2.2    Morfologi Kopi .....	37
2.3    Daerah Penghasil Kopi Indonesia yang Mendunia .....	41
2.4    Pohon Industri Kopi .....	62
2.5    Analisis SWOT Kopi di Indonesia .....	63
<b>BAB 3</b> <b>NGOPI BARENG KOMUNITAS PENGGEMAR KOPI ..</b>	<b>65</b>
3.1    Budaya Kopi di Indonesia .....	65
3.2    Jenis Racikan Minuman Kopi .....	72
3.3    Sepuluh Kesalahan dalam Membuat Kopi .....	83
3.4    Cara Membuat Minuman Kopi Terbaik .....	87
3.5    Seni Menikmati Kopi ala Fun Cupping .....	88

	3.6 Barista .....	91
BAB 4	PEMASARAN, PERILAKU KONSUMEN, DAN KOPI MIX .....	93
	4.1 Pengertian Pemasaran .....	93
	4.2 Perilaku Konsumen .....	96
	4.3 Kopi Mix Pemasaran .....	120
BAB 5	KEPUTUSAN PEMBELIAN .....	125
	5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	125
	5.2 Proses Pengambilan Keputusan .....	132
	5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi .....	134
	5.4 Pengambilan Keputusan sebagai Pemecahan Masalah .....	135
	5.5 Implikasi pada Strategi Pemasaran .....	140
	5.6 Contoh Penelitian Pengambilan Keputusan Kopi .	141
BAB 6	KEPUASAN PELANGGAN .....	159
	6.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	159
	6.2 Konsep dan Model Kepuasan Pelanggan .....	167
	6.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan .....	173
	6.4 Dimensi Kepuasan Pelanggan .....	178
	6.5 Contoh Penelitian Kepuasan Pelanggan Kopi .....	179
BAB 7	LOYALITAS PELANGGAN .....	191
	7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	191
	7.2 Loyalitas Pelanggan berdasarkan Perilaku dan Sikap .....	194
	7.3 Loyalitas dan Siklus Pembelian Pelanggan .....	196
	7.4 Tahapan Loyalitas Pelanggan .....	200
	7.5 Penggolongan Loyalitas Pelanggan .....	204
	7.6 Indikator Loyalitas Pelanggan .....	212
	7.7 Contoh Penelitian Loyalitas Pelanggan Kopi .....	212
BAB 8	STUDI LITERATUR PENGGEMAR KOPI .....	221
	8.1 Seputar Kota Serang .....	221
	8.2 Profil Usaha Kedai Kopi Kota Serang .....	222
	8.3 Penutup .....	231

DAFTAR PUSTAKA .....	234
Glosarium .....	241
Biografi Penulis .....	245



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Lima Negara Produsen Kopi Terbesar di Dunia (Musim Tanaman 2016-2017).....	31
Tabel 1.2	Lima Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia (pada Musim 2016-2017).....	31
Tabel 1.3	Produksi dan Ekspor Kopi Indonesia .....	32
Tabel 1.4	Konsumsi Domestik Kopi di Indonesia .....	32
Tabel 2.1	Syarat Mutu Umum Biji Kopi Pengolahan Kering .....	39
Tabel 2.2	Komposisi Biji Kopi Arabika dan Robusta Sebelum dan Sesudah Disangrai .....	40
Tabel 2.3	Analisis SWOT Kopi di Indonesia .....	54
Tabel 4.1	Berbagai Model Perilaku Konsumen ditinjau dari tujuan dan Unit Analisis .....	117
Tabel 5.1	Alasan Berkunjung ke Kedai Kopi .....	143
Tabel 5.2	Media yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung ke Kedai Kopi.....	145
Tabel 5.3	Bentuk Promosi yang Menarik Bagi Konsumen .....	145
Tabel 5.4	Manfaat yang Dicari pada Waktu Berkunjung ke Kedai Kopi.....	147
Tabel 5.5	Frekuensi Kedatangan ke Kedai Kopi .....	148
Tabel 5.6	Orang yang Menemani Berkunjung ke Kedai Kopi .....	149
Tabel 5.7	Hari Berkunjung ke Kedai Kopi .....	149
Tabel 5.8	Jam Berkunjung ke Kedai Kopi .....	150
Tabel 5.9	Cara Memutuskan Berkunjung ke Kedai Kopi .....	151
Tabel 5.10	Biaya yang Dikeluarkan Saat Berkunjung ke Kedai Kopi .....	151
Tabel 5.11	Menu Kopi Paling Disukai di Kedai Kopi .....	152
Tabel 5.12	Makanan Pelengkap Paling Disukai di Kedai Kopi .....	153
Tabel 5.13	Menu Tidak Disukai di Kedai Kopi.....	154
Tabel 5.14	Penilaian Setelah Berkunjung ke Kedai Kopi .....	155
Tabel 5.15	Minat Melakukan Kunjungan Ulang ke Kedai Kopi ...	156

Tabel 5.16	Resistensi Terhadap Peningkatan Harga .....	157
Tabel 5.17	Loyalitas Terhadap Kedai Kopi .....	158
Tabel 6.1	Jumlah Konsumen Kedai Kopi Bulan Januari-Maret Tahun 2019 .....	182
Tabel 6.2	Uji Validitas .....	184
Tabel 7.1	Hubungan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan .....	198
Tabel 7.2	Hubungan Loyalitas Psikologi dan Pembelian Ulang .	199

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Tabel Periodik Varietas Kopi di Dunia .....	13
Gambar 1.2	Provinsi yang berkontribusi paling besar untuk produksi kopi Indonesia .....	27
Gambar 1.3	Peta Citarasa dan Aroma Kopi Indonesia .....	28
Gambar 2.1	Kulit Daging Buah Kopi .....	38
Gambar 2.2	Logo Kopi Arabika Gayo .....	42
Gambar 2.3	Logo Kopi Arabika Sumatera Simalungun .....	43
Gambar 2.4	Logo Kopi Arabika Pulo Samosir .....	44
Gambar 2.5	Logo Kopi Arabika Sumatera Lintong .....	45
Gambar 2.6	Logo Kopi Arabika Siporok .....	45
Gambar 2.7	Kopi Arabika Sumatera Mandailing .....	46
Gambar 2.8	Logo Kopi Liberika Rangsang Meranti .....	47
Gambar 2.9	Logo Kopi Liberika Tungkal Jambi .....	48
Gambar 2.10	Logo Kopi Semendo Robusta .....	49
Gambar 2.11	Logo Kopi Robusta Lampung .....	50
Gambar 2.12	Logo Java Preanger Coffee .....	51
Gambar 2.13	Logo Kopi Arabika Java Sindoro Sumbing .....	52
Gambar 2.14	Logo Kopi Robusta Temanggung .....	52
Gambar 2.15	Logo Kopi Arabika Java Ijen-Raung.....	53
Gambar 2.16	Logo Kopi Arabika Java Ijen-Raung.....	54
Gambar 2.17	Logo Kopi Robusta Pupuan Bali .....	55
Gambar 2.18	Logo Kopi Robusta Tambora.....	57
Gambar 2.19	Logo Kopi Arabika Toraja .....	57
Gambar 2.20	Logo Kopi Arabika Kalosi Enrekang Massenrempulu.....	58
Gambar 2.21	Logo Kopi Robusta Pinogu .....	59
Gambar 2.22	Logo Kopi Arabika Flores Bajawa .....	60
Gambar 2.23	Logo Kopi Arabika Flores Manggarai.....	61
Gambar 2.24	Diagram Pohon Industri Kopi .....	63
Gambar 3.1	Salah satu angkringan yang ada di Yogyakarta	66

Gambar 3.2	Kopi Joss (Kopi Arang) .....	67
Gambar 3.3	Penggilingan kopi tradisional.....	68
Gambar 3.4	Sajian di Losari Coffe Plantation .....	69
Gambar 3.5	Kopi Takar .....	70
Gambar 3.6	Permainan Kartu Jawa .....	71
Gambar 3.7	Ritual Memberikan Sesajen pada Kyai Petruk...	72
Gambar 3.8	Penjaga Keraton sedang Menyiapkan Kopi untuk Ker .....	72
Gambar 3.9	Penyajian Kopi Espresso .....	73
Gambar 3.10	Penyajian Kopi Cappuccino .....	74
Gambar 3.11	Penyajian Kopi Americano .....	74
Gambar 3.12	Penyajian Kopi Macchiato .....	75
Gambar 3.13	Penyajian Kopi Frappe .....	76
Gambar 3.14	Penyajian Kopi Frappuccino .....	76
Gambar 3.15	Penyajian Kopi Marocchino .....	77
Gambar 3.16	Penyajian Kopi Mochaccino .....	77
Gambar 3.17	Penyajian Kopi Caffe Latte .....	79
Gambar 3.18	Penyajian Kopi Flat White .....	78
Gambar 3.19	Penyajian Kopi Long Black .....	79
Gambar 3.20	Penyajian Kopi Granita .....	79
Gambar 3.21	Penyajian Kopi Irish.....	80
Gambar 3.22	Penyajian Kopi Hammerhead .....	80
Gambar 3.23	Penyajian Kopi Luwak .....	81
Gambar 3.24	Penyajian Kopi Tubruk .....	81
Gambar 3.25	Penyajian Kopi Kothok.....	82
Gambar 3.26	Penyajian Kopi Joss .....	82
Gambar 3.27	Alat <i>Grinder</i> kopi .....	84
Gambar 3.28	Filter kopi .....	85
Gambar 3.30	Karakteristik Kopi .....	90
Gambar 4.1	<i>A simplified description of the Howard-Sheth theory of buyer behavior</i> .....	100
Gambar 4.2	<i>The Howard and Sheth Model of Buyer Behavior</i> .....	101
Gambar 4.3	<i>The Howard and Sheth Model of Buyer Behavior</i> .....	102

Gambar 4.4	<i>Model of Buyer Behavior</i> .....	103
Gambar 4.5	<i>Factors Influencing Behavior</i> .....	104
Gambar 4.6	<i>Buyer Decision Process</i> .....	104
Gambar 4.7	Model Perilaku Konsumen Industri dari Engel, Kollat dan Blackwell .....	106
Gambar 4.8	<i>Need Recognition</i> .....	107
Gambar 4.9	<i>Alternative Evaluation</i> .....	108
Gambar 4.10	<i>A Complete Model of Consumer Behavior Showing Purchase and Its Outcomes</i> .....	109
Gambar 4.11	<i>A Simple Model of Consumer Decision Making</i> .....	110
Gambar 4.12	Model Perilaku Konsumen Industri dari Sheth .....	113
Gambar 4.13	Model Perilaku Konsumen dari Kerby .....	114
Gambar 4.14	Model Perilaku Konsumen dari Francesco Nicosia ..	116
Gambar 4.15	<i>Stages in The Consumption Process</i> .....	121
Gambar 4.15	<i>The Wheel Of Consumer Behavior</i> .....	122
Gambar 4.16	Arah Kajian Perilaku Konsumen .....	123
Gambar 5.1	Proses Keputusan Pembelian .....	132
Gambar 6.1	<i>Customer Satisfaction Model</i> .....	171
Gambar 6.2	Konsekuensi Kepuasan Pelanggan .....	172
Gambar 6.3	Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	173
Gambar 6.4.	Dependent variabel Y .....	185
Gambar 6.5	Uji Heterokedastisitas .....	186
Gambar 7.1	Empat Jenis Loyalitas .....	206
Gambar 7.3	Hubungan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen .....	211

