

**PENGARUH ELEMEN BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN PADA
KEDAI KOPI “TEKOFF COFFEE and TEA”
DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh:

Sekartaji Dewi Palupi
141150120

sekartaji522@gmail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh elemen bauran pemasaran terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada kedai kopi “Tekoff Coffee and Tea”. Survey dilakukan pada konsumen Tekoff Coffee and Tea. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas yaitu produk, harga, promosi, tempat, karyawan, bukti fisik, dan proses, variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer, dikumpulkan menggunakan teknik kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dan besaran sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa elemen bauran pemasaran berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Serta elemen bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Elemen Bauran Pemasaran, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen.*