

**PENGARUH 7P TERHADAP ADVOCATING OTHERS DI
TOMORO COFFEE**

TUGAS AKHIR



IVAN KRISMAN HURA

1211001081

**Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie
Jakarta Selatan 2025**

**PENGARUH 7P TERHADAP ADVOCATING OTHERS DI
TOMORO COFFEE**

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Program
Studi Manajemen Universitas Bakrie



Ivan Krisman Hura

1211001081

**Program Studi Manajemen Fakultas
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas**

Bakrie

Jakarta Selatan 2025

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar**

Nama : Ivan Krisman Hura

Nim : 1211001081

Tanda tangan:



Tanggal : 24 Juli 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Ivan Krisman Hura
NIM : 1211001081
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Pengaruh 7P terhadap Advocating Others di Tomoro Coffee

telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial – Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, S.T., M.M. ()

Penguji 1 : Holila Hatta, S.Pd.,MM ()

Penguji 2 : Arief Bimantoro Suharko, Ph.D ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 20 Agustus 2025

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ivan Krisman Hura

NIM : 1211001081

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh 7P terhadap Advocating Others di Tomoro Coffee

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh 7P terhadap Advocating others di Tomoro coffee

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Tanggal : 22 Agustus 2025

Yang menyatakan,



Ivan Krisman Hura

UCAPAN TERIMAKASIH

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus, Sang Sumber Kekuatan dan Hikmat, yang telen menuntun, menopang, dan memberkati setiap proses dalam Penyusunan skripsi ini. Tanpa kasih karunia dan pertolongan-Nya, penulis tidak akan mampu melewati berbagai tantangan, pergumulan, dan perjalanan panjang hingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul: "Pengaruh 7P terhadap Advocating Others di Tomoro Coffee."

Setiap halaman yang tersusun dalam skripsi ini bukan hanya hasil dari pemikiran dan usaha, melainkan juga merupakan bukti penyertaan-Nya yang nyata dalam setiap langkah penulis. Dalam masa-masa sulit, ketika semangat hampir padam dan harapan mulai redup, kasih-Nya selalu hadir menguatkan. Firman-Nya yang berkata

"Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku" (Filipi 4:13) menjadi pelita dan penopang di sepanjang perjalanan ini.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu menjadi sumber pengharapan dan kekuatan dalam suka maupun duka
2. Bapak Jerry Heikal, ST, MM, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan banyak masukan selama proses penyusunan skripsi ini
3. Bapak Arief Bimantoro Suharko, Ph.D, selaku dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan saran yang membangun
4. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM., selaku Dosen Penguji I, atas saran, masukan, serta arahan yang sangat berharga selama proses ujian sidang. Penulis juga mengucapkan terima kasih atas ilmu dan pengetahuan yang telah Ibu berikan selama perkuliahan, yang menjadi bekal penting bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, atas ilmu dan dukungan yang diberikan
6. Kepada almarhum Papa tercinta, terima kasih karena telah menjadi bagian dalam hidup saya, meski hanya sebentar. Kehadiran Papa di masa kecil adalah berkat yang tak akan pernah saya lupakan. Meski Papa telah pergi sejak saya masih duduk di bangku SD, jejak kasih

dan doa Papa tetap hidup dalam hati saya dan menjadi bagian dari semangat saya hingga hari ini. Kepada Mama tersayang, terima kasih yang tak terhingga atas cinta, perjuangan, dan ketegaran yang luar biasa. Mama telah menjadi sosok paling kuat dalam hidup kami, membesarkan dan membiayai kelima anaknya seorang diri dengan penuh pengorbanan. Berkat kasih dan ketekunan Mama, kami semua bisa mengenyam pendidikan tinggi hingga menjadi sarjana. Semua pencapaian ini tak lepas dari tangan dan doa seorang ibu hebat seperti Mama. Saya juga mengucapkan terima kasih yang mendalam kepada saudara-saudara kandung saya, serta keluarga besar di kampung halaman, yang selalu mendukung, mendoakan, dan menjadi sumber kekuatan selama perjalanan ini.

7. Sahabat-sahabat terbaik dan teman seperjuangan di Universitas Bakrie, yang selalu memberikan semangat dan kebersamaan
8. Responden dan pihak Tomoro Coffee yang telah bersedia membantu dalam pengumpulan data penelitian ini
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, namun telah menjadi bagian penting dalam proses ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun dengan segala keterbatasan, penulis berharap karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi berkat bagi semua yang membaca. Kiranya skripsi ini juga menjadi pengingat bahwa dengan iman, kerja keras, dan kasih Tuhan, segala hal yang tampak tidak mungkin pun dapat dicapai.

Jakarta, 24 Juli 2025



Ivan Krisman Hura

Pengaruh 7P terhadap *Advocating others* di Tomoro Coffee

Ivan Krisman Hura

ABSTRAK

Pertumbuhan industri kopi di Indonesia yang sangat pesat memunculkan persaingan antar kedai kopi, tidak hanya dari sisi produk tetapi juga dari pengalaman pelanggan secara menyeluruh. Tomoro Coffee sebagai brand lokal berusaha menciptakan loyalitas aktif pelanggan melalui perilaku *advocating others*, yaitu dorongan sukarela pelanggan untuk merekomendasikan merek kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence) terhadap perilaku *advocating others* pada pelanggan Tomoro Coffee di Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 150 responden. Teknik analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Product, Price, Place, Promotion, people, dan Physical Evidence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *advocating others*, sedangkan variabel *Process* tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran berbasis pengalaman dan persepsi pelanggan dalam membentuk advokasi merek. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam literatur pemasaran jasa serta implikasi praktis bagi pengembangan strategi pemasaran Tomoro Coffee. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi variabel mediasi seperti kepuasan atau keterlibatan emosional dalam membentuk loyalitas aktif.

Kata Kunci: Marketing mix 7P, *Advocating Others*, Tomoro Coffee, Loyalitas pelanggan Pemasaran jasa, perilaku konsumen

Pengaruh 7P terhadap Advocating others di Tomoro Coffee

Ivan Krisman Hura

ABSTRACT

The rapid growth of the coffee industry in Indonesia has led to intense competition among coffee shops, not only in terms of product quality but also in delivering a comprehensive customer experience.

Tomoro Coffee, as a local brand, seeks to build active customer loyalty through *advocating others* behavior, which refers to the voluntary willingness of customers to recommend the brand to others. This study aims to examine the influence of the 7P marketing mix (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence) on *advocating others* behavior among Tomoro Coffee customers in Jakarta. This research employs a quantitative approach using a survey method involving 150 respondents. The data analysis technique used is Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that the variables Product, Price, Place, Promotion, People, and Physical Evidence have a positive and significant influence on *advocating others*, while the Process variable does not have a significant effect. These findings highlight the importance of marketing strategies based on customer experience and perception in building brand advocacy. This research contributes theoretically to the literature on service marketing and provides practical implications for developing Tomoro Coffee's marketing strategies. Future research is recommended to explore mediating variables such as customer satisfaction or emotional engagement in shaping active loyalty.

Keywords: 7P Marketing Mix, Advocating Others, Tomoro Coffee, Customer Loyalty, Service Marketing, Consumer Behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	9
BAB II.....	11
TINJAUAN TEORITIS.....	11
2.1. Marketing Mix 7P	11
2.1.1. Product	12
2.1.2. Price.....	15
2.1.3. Place.....	16
2.1.4. Promotion.....	18
2.1.5. People.....	19
2.1.6. Process	20
2.1.7. Physical evidence	21
2.3. Kerangka Berpikir.....	56
2.4. Hipotesis Penelitian	56
BAB III	58
METODE PENELITIAN	58
3.1. Pendekatan Penelitian.....	58
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	59
3.3. Populasi.....	59
3.4. Sampel	60
3.5. Variabel Pengukuran	61
3.6. Metode Pengumpulan Data	65

3.6.1. Jenis dan Sumber data	65
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	65
3.6. Teknik Analisis Data.....	66
3.7. Uji Kelayakan Kuesioner	67
3.8. Uji Partial Least Square	67
3.9. Uji Outer Model	67
3.10. Uji Inner Model.....	69
3.11. Uji Model Fit	70
3.12. Uji Hipotesis	70
BAB IV	71
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	71
4.1.1. Tomoro Coffee	71
4.2. Hasil Data Karakteristik Responden	72
4.3. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	74
4.3.1. Uji Validitas Konvergen	75
4.3.2. Uji Validitas Diskriminan	77
4.3.4. Construct Validity and Reliability.....	78
4.4. Uji Inner Model	79
4.4.1. Uji Model Fit.....	79
4.4.2. Uji Hipotesis.....	80
4.5. Pembahasan	83
4.5.1 Pengaruh Product terhadap advocating others.....	83
4.5.2 Pengaruh Price terhadap Advocating Others.....	84
4.5.3. Pengaruh Place terhadap Advocating Others	85
4.5.4. Pengaruh Promotion terhadap Advocating Others	86
4.5.5. Pengaruh People terhadap Advocating Others	87
4.5.6. Pengaruh Process terhadap Advocating Others.....	87
4.6.7. Pengaruh Physical Evidence terhadap Advocating Others	88
BAB V.....	90
PENUTUP	90
5.1. Kesimpulan	90
5.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 ringkasan data penjualan per item di dua outlet Tomoro Coffee selama Januari	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	63
Tabel 4.1 Karakteristik Reponden.....	73