# BAB IV

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

### Hasil penelitian

* + 1. **Gambaran Umum Perusahaan**

Perusahaan Mixue Ice Cream and Tea ini dirintis oleh seorang pemuda yang bernama Zhang Hongchao pada tahun 1997. Perjalanan bisnis ini dimulai dari Zhang semasa kuliah sambil bekerja paruh waktu di toko minuman dingin yang khusus membuat es serut, setelah mengerti bagaimana cara membuat es serut Zhang lalu mendatangi sang Nenek untuk dipinjamkan uang merintis usaha nya, Zhang lalu mendapatkan pinjaman sebesar 4.000 Yuan atau sekitar 7 Juta rupiah.

Perjalanan Mixue sampai sebesar sekarang tidak terlepas dari kegagalan, diawal berdiri Mixue sempat gulung tikar setelah toko pertama nya mengalami kebangkrutan akibat perubahan musim dingin, ditahun 2000 akhirnya Zhang merubah stateginya dalam menjual produknya dengan menjualnya di bawah 1 Yen dengan harga yang begitu murah akhirnya Mixue mendapatkan konsumen dan mulai digemari oleh orang-orang di negeri Tiongkok.

Pada tahun 2007 Mixue mulai membuka *franchise* di Provinsi Henan, bersamaan dengan dekatnya Olimpiade Beijing di tahun 2008 , sebelumnya es cream *cone* dari Jepang yang berbentuk obor yang mana itu adalah simbol dari Olimpiade, membuat orang-orang tertarik dengan bentuknya. Harga es yang viral kala itu yang beredar Mixue menemukan takaran yang pas dalam menekan biaya oprasional sehingga bisa menjual dengan harga yang jauh dibawah rata-rata es cream *cone* yang viral itu.

Strategi *franchise* yang di lakukan Mixue mengalami pekembangan yang pesat, kurang dari satu bulan ada 27 cabang baru di yang berdiri di negri Tiongkok itu. Zhang sang Owner sadar Mixue tidak akan bisa untung besar kalau hanya jual es cream terus dengan harga murah maka dari itu perubahan strategi yang awalnya hanya usaha *Food*

*and Baverage* saja menjadi waralaba, namun ingin Mixue tetap pada karakter nya sedari awal menjual es cream namun dengan harga yang murah disini terlihat rumus *economic of scale* yang dijalankan Mixue, bila bisa punya orderan barang dengan jumlah yang besar maka modal yang dikeluarkan semakin murah.

Pendapatan yang di dapat Mixue memang sangat sedikit bila hanya menjual es cream saja Mixue lebih memilih jual bahan-bahan dan mesin yang dibeli oleh para f*ranchiser* nya. pendapatan pada bulan Maret – Juni 2022 pendapatan dari bahan-bahan es cream dan mesin mencapai 72,16% , Packaging 15,5%.

Jumlah gerai mixue begitu cepat bertumbuh diindonesia diawali dengan kemunculannya di Bandung tepatnya di Cihampelas Walk , pertumbuhan cepat seiring dengan tren dari sosial media yang menginformasikan gerai minuman yang viral ini dengan minuman yang membandrol dengan harga yang lebih murah daripada kompetitor

, menjadi kan Mixue mudah diterima masyarkat indonesia saat ini Mixue telah memiliki setidaknya 20.000 gerai di China 1.000 gerai di Vietnam , Filipina, Singapura, Malaysia, dan Indonesia dan terus bertambah.

### Karakteristik Responden

Merupakan karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian. Hal ini menunjukan seperti apakah demografi responden dilihat dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Dengan mengetahui demografi responden maka kita akan menngetahui karakteristik responden dalam hal ini pelanggan yang melakukan pembelian di Gerai Mixue ice cream and tea di Kota Depok.

Dibawah ini penulis sajikan tabel karakteristik responden secara lengkap termasuk prosentasenya. Harapannya dengan mengetahui karakteristik tersebut maka dapat diketahui kaitan antara jawaban responden atas pernyataan yang disampaikan dengan prilaku responden sehingga akan menjadi lebih jelas nantinya.

### Tabel 4.1 Tabel Karakteristik Responden

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| KARAKTERISTIK | KATEGORI | JUMLAH | PERSENTASE |
|  |
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | 45 | 45,00 % |
|  |  |  |
| Perempuan | 55 | 55,00 % |
| Jumlah | 100 | 100,00 % |
| Usia | < 20 tahun | 2 | 2,00 % |
| 21 – 30 tahun | 94 | 94,00 % |
| 31 – 40 tahun | 4 | 4,00 % |
| 41 – 50 tahun | 0 | 0,00 % |
| > 50 tahun | 0 | 0,00 % |
| Jumlah | 100 | 100,00 % |
| Pendidikan | SLTP | 1 | 1,00 % |
| SLTA | 90 | 90,00 % |
| Diploma | 8 | 8,00 % |
| Sarjana | 1 | 1,00 % |
| Jumlah | 100 | 100,00 % |
| Pekerjaan | Pelajar/Mahasiswa | 64 | 64,00 % |
| Ibu rumah tangga | 1 | 1,00 % |
| Karyawan | 30 | 30,00 % |
| PNS/BUMN | 3 | 3,00 % |
| Wirausaha | 2 | 2,00% |
| Jumlah | 100 | 100,00 % |
| Penghasilan | < 1,0 Juta | 31 | 31,00 % |
| 1,0 – 2,0 Juta | 2 | 2,00 % |
| 2,1 – 3,0 Juta | 4 | 4,00 % |
| 3,1 – 4,0 Juta | 5 | 5,00 % |
| 4,1 – 5,0 Juta | 40 | 40,00 % |
| > 5,0 tahun | 18 | 18,00 % |
| Jumlah | 100 | 100,00 % |

Sumber : hasil penelitian 2023, ( Data diolah )

Tabel diatas menunjukan bahwa dilihat dari jenis kelamin , konsumen Mixue ice cream and tea di Kota Depok lebih di dominasi perempuan yaitu sebesar 55% dibandingkan laki-laki yang hanya sebesar 45%. Hal ini menunjukan bahwa tren minuman kekinian dalam bisnis *food and bavererage* perempuan paling banyak mengkonsumsi nya.

Jika dilihat dari usia konsumen Mixue ice cream and tea di Kota Depok lebih didominasi oleh kaum remaja dengan rentang usia antara 21 – 30 tahun sebanyak 94% dan disusul dengan rentang usia 31- 40 tahun sebanyak 4% hal ini dikarenakan responden yang didapatkan adalah berasal dari kalangan pekerja dan mahasiswa aktif

baik dari kelas karyawan maupun reguler yang mana mereka konsumsi minuman kekinian adalah salah satu bagian dari lifestye pemuda baik dari generasi Z maupun generasi Milenial.

Selanjutnya jika dilihat dari tingkat pendidikan, konsumen Mixue ice cream and tea di Kota Depok lebih di dominasi oleh lulusan SLTA yang jumlahnya 90% dengan disusul oleh konsumen tingkat pendidikan Diploma sebesar 8% dengan jumlah yang tidak terlalu besar dengan melihat banyak nya konsumen muda , baik dari pekerja atau mahasiswa tentunya akan jauh lebih bagus lagi apabila mixue memiliki fasilitas yang lebih besar untuk para konsumen ini bisa menikmati produk nya dilokasi.

Pada jenis pekerjaan , konsumen Mixue ice cream and tea memang banyak didominasi oleh Mahasiswa dengan jumlah sebesar 64% dan disusul oleh jumlah pekerjaan karyawan mencapai sebesar 30%. Hal ini menujukan bahwa harga yang di tentukan oleh Mixue terjangakau untuk para mahasiswa untuk membeli produknya sebagai bagian dari *lifestyle* nya dibandingkan harus datang ke *coffe shop* yang harganya hampir dua kali lipatnya, dan juga para karyawan yang memiliki penghasilan tetap untuk bisa terus mengkonsumsi mixue kapanpun tanpa harus merogoh kocek yang terlalu mahal.

Terakhir, jika dilihat dari tingkat penghasilan responden ternyata konsumen Mixue ice cream and tea di Kota Depok sebagian didominasi oleh pelanggan dengan penghasilan UMR (upah minimun regional) kota Depok yaitu sebesar Rp.4.000.000 hingga Rp.5.000.000. Hal ini menunjukan bahwa konsumen Mixue sebagian besar adalah berpenghasil cukup. Oleh sebab itu manajemen mixue dalam melakukan harus inovasi dalam segi konsep , rasa , menu , dan harga agar tetap bersaing dalam bisnis *food and baverage* mengacu pada karakteristik responden terutama dilihat dari sudut pandang umur dan pengasilan responden.

### Tanggapan Responden

Dalam sebuah penelitian, tanggapan responden yang merupakan jawaban atas apa yang ada dalam benak pikiran responden menjadi hal yang sangat penting. Ini karena apa yang disampaikan oleh mereka merupakan data awal yang akan nantinya akan digunakan berbagai pengujian. Oleh sebab itu proses penggumpulan data yang telah dilakukan khususnya dengan kuesioner benar-benar harus diperhatikan ke absahannya. Tujuannya agar data yang didapatkan tersebut mampu mewakili persepsi yang ada pada diri masing-masing responden bukan hanya sekedar asal dalam mengisi kuesioner.

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah melibatkan 100 responden pelanggan Mixue ice cream and tea , dibawah ini disajikan deskripsi tanggapan responden yang berhubungan dengan masing-masing variabel bebas yang diteliti sebagai berikut :

1. Lokasi (X1)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Lokasi sebagai berikut :

### Tabel 4.2. Tanggapan Responden atas variabel Lokasi

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | STS | TS | R | S | SS | NILAI F(X) | TAFSIR[n=f(X)/n] |
| FK | % | FK | % | FK | % | FK | % | FK | % |
| 1 | Keamanan | - | 0% | - | 0% | 1 | 1% | 68 | 68% | 31 | 31% | 430 | 4.30 |
| 2 | Penerimaan masyarakat | - | 0% | 6 | 6% | 21 | 21% | 61 | 61% | 12 | 12% | 379 | 3.79 |
| 3 | Insentif pemerintah lokal | - | 0% | - | 0% | 1 | 1% | 68 | 68% | 31 | 31% | 468 | 4.68 |
| 4 | Ketersediaan air | - | 0% | 4 | 4% | 18 | 18% | 61 | 61% | 17 | 17% | 391 | 3.91 |
| 5 | Ketersediaan listrik dan energi | - | 0% | - | 0% | - | 0% | 68 | 68% | 32 | 32% | 432 | 4.32 |
| 6 | Ketersediaan infrastruktur | - | 0% | - | 0% | 1 | 1% | 66 | 66% | 33 | 33% | 432 | 4.32 |
| RATA-RATA | - | 0% | 2 | 2% | 7 | 7% | 67 | 67% | 26 | 26% | 422 | 4.22 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Tabel 4.2. diatas menunjukan tanggapan respon atas variabel lokasi mulai dari indikator pertama yaitu keamanan sampai indikator terakhir ketersediaan infrastruktur. Pada indikator pertama yaitu keamanan, sebanyak 68% responden menjawab setuju dan 31% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,30 (sangat setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa keamanan turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pada indikator kedua yaitu penerimaan masyarakat, sebanyak 61% responde menjawab setuju dan 12% persen menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,79 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa penerimaan masyarakat turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok. Demikian dengan halnya indikator ketiga yaitu insentif pemerintah lokal sebanyak 68% responden menjawab setuju dan 31% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,68% (sangat setuju). Hal ini menyatakan sangat setuju bahwa insentif pemerintah lokal turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Hasil penelitian indikator keempat yaitu ketersediaan air, sebanyak 61% responden menjawab setuju dan 17% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran

3.91 (setuju). Hal ini menujukan bahwa ketersediaan air mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok, seperti halnya indikator keempat, pada indikator kelima yaitu ketersediaan listrik dan energi, sebanyak 68% responden menjawab setuju dan 32% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,32 (sangat setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagaian besar responden sangat setuju jika dikatakan ketersediaan listrik dan energi turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Terakhir, pada indikator keenam yaitu ketersediaan infrastruktur, sebanyak 66% responden menjwab setuju dan 33% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,32 (sangat setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatkan sangat setuju jika dikatakan bahwa ketersediaan infrastruktur turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel lokasi , setelah dirata-rata ternyata didapatkan data sebanyak 67% responden menjwab setuju dan 31% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4.22 (sangat setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar reponden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa variabel lokasi turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

1. Harga (X2)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Harga sebagai berikut :

### Tabel 4.3. Tanggapan responden atas variabel Harga

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | STS | TS | R | S | SS | NILAI F(X) | TAFSIR[n=f(X)/n] |
| FK | % | FK | % | FK | % | FK | % | FK | % |
| 1 | Keterjangankauan harga | 1 | 1% | 4 | 4% | 8 | 8% | 68 | 68% | 19 | 19% | 400 | 4.00 |
| 2 | Kesesuaian harga | 1 | 1% | 2 | 2% | 4 | 4% | 77 | 77% | 16 | 16% | 405 | 4.05 |
| 3 | Daya saing harga | 1 | 1% | 1 | 1% | 2 | 2% | 80 | 80% | 16 | 16% | 403 | 4.03 |
| 4 | Kesesuaian harga dengan manfaatnya | 1 | 1% | 4 | 4% | 6 | 6% | 71 | 71% | 18 | 18% | 401 | 4.01 |
| 5 | Kesesuaian hargadengan manfaatnya (2) | 1 | 1% | 4 | 4% | 7 | 7% | 73 | 73% | 15 | 15% | 397 | 3.97 |
| RATA-RATA | 1 | 1% | 3 | 3% | 5 | 5% | 74 | 74% | 17 | 17% | 401 | 4.01 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Tabel 4.3. diatas menunjukan tanggapan responden atas variabel Harga mulai indikator pertama yaitu keterjangkauan harga hingga indikator ke lima yaitu kesesuaian harga. Pada indikator pertama yaitu keterjangkauan harga, sebanyak 68% responden menjawab setuju dan 19% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar

4.00 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju jika dikatakan bahwa adanya pembelian dalam volume besar keterjangkauan harga turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pada indikator kedua yaitu kesesuaian harga, sebanyak 77% responden menjawab setuju dan 16% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar

4.05 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menjawab sangat setuju jika dikatakan bahwa adanya kesesuaian harga yang disebabkan pembelian dalam

volume besar turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok. Demikian juga dengan indikator ketiga yaitu daya saing harga, sebanyak 80% responden menjawab setuju dan 16% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,03 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden mejawab menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa adanya daya saing harga yang di sebabkan lebih murah nya harga dibanding kompetitor, turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Hasil penelitian indikator keempat yaitu kesesuian harga dan manfaatnya 71% responden menjawab setuju dan 18% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,01 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa kesesuaian harga dan manfaatnya disebabkan para konsumen merasakan harga yang sebanding dengan produk yang di dapat turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok. Terakhir pada indikator kelima yaitu dengan indikator yang sama yaitu sebanyak 73% responden menjawab setuju dan 15% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 3,97 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju jika dikatakan bahwa adanya kesesuaian harga dan manfaatnya kedua mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Sealanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel Harga, setalah dirata-rata ternyata di dapatkan data sebanyak 74% responden menjawab setuju dan 17% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,01 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa variabel harga turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

1. Kualitas Produk (X3)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Kualitas Produk sebagai berikut :

### Tabel 4.4. Tanggapan Responden atas variabel Kualitas Produk

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | STS | T S | R | S | SS | NILAI F(X) | TAFSIR[n=f(X)/n] |
| FK | % | FK | % | FK | % | FK | % | FK | % |
| 1 | Kinerja | 1 | 1% | 1 | 1% | 2 | 2% | 79 | 79% | 17 | 17% | 410 | 4.10 |
| 2 | Tampilan | - | 0% | - | 0% | 7 | 7% | 75 | 75% | 18 | 18% | 411 | 4.11 |
| 3 | Kesesuaian | - | 0% | 1 | 1% | 4 | 4% | 79 | 79% | 17 | 17% | 415 | 4.15 |
| 4 | Daya tahan | - | 0% | 1 | 1% | - | 0% | 53 | 53% | 46 | 46% | 444 | 4.44 |
| 5 | Keindahan | - | 0% | 2 | 2% | 1 | 1% | 82 | 82% | 15 | 15% | 410 | 4.10 |
| 6 | Kualitas yang dipersepsikan | - | 0% | 1 | 1% | 15 | 15% | 45 | 45% | 39 | 39% | 422 | 4.22 |
| RATA-RATA | 0.1 | 0.1% | 1 | 1% | 5 | 5% | 69 | 69% | 25 | 25% | 418 | 4.18 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Tabel 4.4 di atas menujukan tanggapan responden atas variabel Kualitas Produk mulai dari indikator pertama yaitu kinerja sampai dengan indikator keenam kualitas yang di persepsikan. Pada indikator pertama yaitu kinerja, sebanyak 79% repsonden menjawab setuju dan 17% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,10 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa kinerja bagus dari pelayanan dalam menyediakan produk- produk yang dijual turut mepengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pada indikator kedua yaitu tampilan, sebanyak 75% responden menjawab setuju dan 18% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,11 ( setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan tampilan dari produk yang dijual mempengaruhi keputusan membeli Mixue di Kota Depok.

Demikian juga dengan indikator ketiga yaitu kesesuaian, sebanya 79% responden menjawab setuju dan 17% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,15( setuju). Hal ini menunjukan bahwa *design* produk yang dijual turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pada hasil indikator keempat yaitu daya tahan, sebanyak 53% responden menjawab setuju dan 56% menjawab sangat setuju dengan angka penfsiran sebesar 4,44 (sangat setuju). Hal ini menunjukan bahwa daya tahan produk yang dibeli awet dengan waktu

yang lumayan dengan kondisi yang masih bagus menujukan bahwa indikator daya tahan turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok. Demikian dengan indikator kelima yaitu keindahan sebesar 82% responden menjawab setuju dan 15% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,10(ssetuju). Hal ini menujukan estetika dalam mengemas atau menyajikan produk kepada para konsumen turut mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Pada indikator terakhir yaitu kualitas yang dipersepsikan sebanyak 45% responden setuju dan 39% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,22 (sangat setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian responden menjawab sangat setuju jika dikatakan bawa kualitas yang di berikan sesuai dengan ekspetasi konsumen dalam mengkonsumsi nya sehingga turut mempengaruhi dalam keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk Variabel kualitas produk, setelah di rata-rata teryata didapatkan data ada sebanyak 69% responden menjawab setuju dan 25% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,18 ( setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa kualitas produk turut mempengaruhi keputusan reponden membeli Mixue di Kota Depok.

1. Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, dibawah ini penulis sajikan tanggapan responden mengenai item pernyataan variabel Kualitas Produk sebagai berikut :

### Tabel 4.5. Tanggapan responden atas variabel Keputusan Pembelian

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | STS | TS | R | S | SS | NILAI F(X) | TAFSIR[n=f(X)/n] |
| FK | % | FK | % | FK | % | FK | % | FK | % |
| 1 | Pemilihan produk | - | 0% | 3 | 3% | 2 | 2% | 78 | 78% | 17 | 17% | 409 | 4.09 |
| 2 | Pemilihan merek | - | 0% | 1 | 1% | 2 | 2% | 82 | 82% | 15 | 15% | 411 | 4.11 |
| 3 | Pemilihan tempat penyalur | - | 0% | - | 0% | 1 | 1% | 81 | 81% | 18 | 18% | 415 | 4.15 |
| 4 | Jumlah pembelian atau kuantitas | - | 0% | 1 | 1% | 4 | 4% | 77 | 77% | 18 | 18% | 412 | 412 |
| 5 | Waktu pembelian | - | 0% | 2 | 2% | 4 | 4% | 74 | 74% | 20 | 20% | 412 | 412 |
| RATA-RATA | - | 0% | 1 | 1% | 3 | 3% | 78 | 78% | 18 | 18% | 411 | 4.11 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Tabel 4.5. di atas menujukan tanggapan reponden atas vaariabel keputusan pembelian muali dari indikator pertama yaitu pemilihan produk sampai indikator kelima yaitu waktu pembelian. Pada indikator pertama yaitu pemilihan produk, sebanyak 78% responden menjawab setuju dan 17% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,09 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa memilih dalam pembelian produk yang dibeli merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk membeli Mixue di Kota Depok.

Pada indikator kedua yaitu pemilihan merek, sebanyak 82% responden menjawab setuju dan 15% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,11 (setuju). Hal ini menujukan bahwa sebagian responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pemilihan merek yang dhendak dibeli merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan membeli Mixue di Kota Depok. Demikian halnya dengan indikator ketiga yaitu pemilihan tempat penyalur, sebanyak 81% reponden menjawab setuju dan 18% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,15 (setuju) hal ini menujukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan bahwa pilihan tempat penyalur

produk yang hendak dibeli merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan untuk membeli Mixue di Kota Depok.

Pada indikator ke empat yaitu jumlah pembelian atas kuantitas, sebanyak 78% responden menjawab setuju dan 18% menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,12( setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jiks dikatakan bahwa jumlah pembelian atas kuantitas yang hendak dibeli merupakan salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum memutuskan pembelian Mixue di Kota Depok. Terakhir, indikator waktu pembelian 74% reponden menjawab setuju dan 20% responden menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran sebesar 4,12 ( setuju). Hal ini menujukan sebagian besar bahwa waktu pembelian ketika mereka mendatangi gerai Mixue dengan cekatakan nya dalam menyajikan pesanan konsumen, merupak salah satu pertimbangan yang mereka lakukan sebelum membeli Mixue di Kota Depok.

Selanjutnya disampaikan bahwa secara total untuk variabel keputusan pembelian, setelah di rata-rata ternyata didapatkan data ada sebanya 78,4% responden menjawab setuju dan 17,6%menjawab sangat setuju dengan angka penafsiran 4,11 (setuju). Hal ini menunjukan bahwa sebagian besar responden menyatakan sangat setuju jika dikatakan semua indikator keputusan pembelian yang terdiri dari pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan tempat penyalur, jumlah pembelian atas kuantitas, waktu pembelian tersebut menjadi acuan bagi reponden dalam keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

### Uji hasil Kualitas Data

Langkah selanjutnya yang dilakukan setelah mengetahui berbagai tanggapan atas responden adalah melakukan uji kualitas data. Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah berbagai macam item pernyataan atau indikator yang digunakan tersebut valid atau tidak serta reliabel atau tidak. Hal ini penting karena salah satu syarat bahwa sebuah data dapat dilakukan uji hipotesis adalah harus valid dan reliabel. Dibawah ini disajikan hasil uji kualitas data berupa uji validitas dan uji validitas.

1. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur itu bisa mengukur apa yang ingin diukur. Guna melihat valid atau tidaknya sebuah data maka kolom yang dilihat adalah kolom *Corrected Item-Total Corelation*. Dikatakan valid jika rhitung > 0,300. Untuk melihat tingkat validitas semua item pernyataan kuesioner yang penulis susun, dapat dilihat pada tabel-tabel dibawah ini.

### Tabel 4.6. Hasil Validitas Variabel Lokasi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Keamanan | 0,722 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Penerimaan masyarakat | 0,337 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Insentif pemerintahlokal | 0,722 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Ketersediaan air | 0,425 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Ketersediaan listrik dan energi | 0,598 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 6 | Ketersediaan infrastruktur | 0,585 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Data diatas menunjukan bahwa semua nilai rhitung yang di sajikan pada kolom *Corrected Item-Total Coreerlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai **r**tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel lokasi tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

### Tabel 4.7. Hasil Validitas Variabel Harga

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Keterjangkauan harga | 0,882 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Kesesuaian harga | 0,917 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Daya saing harga | 0,911 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Kesesuaian harga dan manfaatnya | 0,921 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Kesesuaian harga danmanfaatnya | 0,883 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Data diatas menunjukan bahwa semua nilai rhitung yang di sajikan pada kolom *Corrected Item-Total Coreerlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai **r**tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel harga tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

### Tabel 4.8. Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Kinerja | 0,720 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Tampilan | 0,769 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Kesesuaian | 0,829 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Daya tahan | 0,451 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Keindahan | 0,865 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 6 | Kualitas yang dipersepsikan | 0,347 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Data diatas menunjukan bahwa semua nilai rhitung yang di sajikan pada kolom *Corrected Item-Total Coreerlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai **r**tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel kualitas produk tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

### Tabel 4.9. Hasil Validitas Keputusan Pembelian

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | INDIKATOR | Rhitung | SIMPULAN | KETERANGAN |
| 1 | Pemilihan produk | 0,552 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 2 | Pemilihan merek | 0,447 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 3 | Pemilihan tempatpenyalur | 0,403 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 4 | Jumlah pembelian atas kuantitas | 0,498 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |
| 5 | Waktu pembelian | 0,556 | Valid | Karena nilai rhitung > 0,3 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Data diatas menunjukan bahwa semua nilai rhitung yang di sajikan pada kolom *Corrected Item-Total Coreerlation* hasil perhitungan menggunakan SPSS (terlampir) lebih besar dibandingkan nilai **r**tabel sehingga dapat dikatakan bahwa semua item pertanyaan tentang variabel keputusan pembelian tersebut valid dan dapat digunakan untuk uji-uji selanjutnya.

1. Uji Reabilitas

Uji reabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan bila alat pengukur tersebut digunakan berkali-kali untuk mengukur gejala yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang atas pernyataan yang disampaikan konsisten dari waktu ke waktu. Dikatakan handal (*reliabel*) jika memiliki koefisien keandalan atau *Cronbach’s Alpha* sebesar 0,6 atau lebih. Dibawah ini penulis sajikan daftar *Cronbach Alpha* untuk semua perhitungan dengan menggunakan SPSS.

### Tabel 4.10. Hasil Uji Reabilitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | VARIABEL | Cronbach α | SIMPULAN | KETERANGAN |
|  |
| 1 | Lokasi | 0,781 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 2 | Harga | 0,963 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 3 | Kualitas produk | 0,831 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |
| 4 | Keputusan pembelian | 0,934 | Reliabel | Karena Cronbach α > 0,6 |

Sumber: hasil penelitian , 2023 (data diolah)

Data diatas menunjukan semua nilai Cronbach Alpha yang tertera dalam tabel *Reability Statistics* (terlampir) hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat dikatakan bahwa semua

instrumen penelitian ini handal (*realiabel*) dan dapat digunakan untuk uji selanjutnya

### Hasil Uji Asumsi Klasik

Setelah melakukan uji kualitas data dan semua data yang dihasilkan layak untuk digunakan dalam uji selanjutnya maka yang perlu dilakukan adalah uji asumsi klasik. Uji ini wajib dilakukan dalam penelitian ini meliputi : (1) uji normalitas, (2) uji multikolinieritas dan (3) uji heteroskedasitas.

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggangu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Seperti diketahui bahwa uji F dan uji t mengasumsikan bahwa nilai residual harus mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Uji ini dapat dilakukan dengan pendekataan histogram, pendekatan grafik maupun pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan menggunakan analisis *Kolmogorov Smirnov*; data residual dikatakan berdistribusi normal bila nilai Asymp Sig (2-tailed)> taraf nyata (α = 5%). Adapun uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan histogram, hasilnya seperti terlihat pada gambar dibawah ini.



### Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil Penelitan, 2023 (Data diolah)

Pada grafik histogram diatas terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini ditunjukan oleh gambar histogram tidak miring ke kanan maupun ke kiri sehingga model

regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasai antara variabel bebas atau tidak. Multikolieritas dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Dikatakan tidak terjadi multikolonieritas jika nilai *tolerane* > 0,1 atau VIF < 5. Di bawah ini disampaikan hasil uji multikolinietas dengan melihat tolerance dan *variance inflation factor* (VIF) nya.

### Tabel 4.11. Hasil Uji Multikolinieritas ( Tolerance dan VIF)

|  |  |
| --- | --- |
| VARIABEL | COLLINEARITY STATISTICS |
| TOLERANCE | VIF |
| HASIL | SIMPULAN | HASIL | SIMPULAN |
|  |
| Lokasi | 0,363 | > 0,1 | 2,755 | < 5 |
| Harga | 0,332 | > 0,1 | 3,013 | < 5 |
| Kualitas produk | 0,279 | > 0,1 | 3,580 | < 5 |

Sumber: Hasil Penelitan, 2023 (Data diolah)

Data di atas menunjukan bahwa semua nilai tolerance variabel independen yang ada diatas 0,1 serta nilai VIF variabel independennya semua di bawah 5 yang berarti bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedesitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan pendekatan grafik. Dibawah ini penulis sampaikan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan pendekatan grafik.


### Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Pendekatan Grafik

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data dioleh)

Grafik Scatterplot di atas memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas seta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi keputusan pembeli berdasarkan masukan variabel independennya.

### Hasil Uji Hipotesis

Setelah semua data dinyatakan layak untuk dilakukan uji selanjutnya, maka langkah terakhir yang dilakukan adalah melakukan uji hipotesis. Uji ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah sekaligus dengan sementara atas jawaban rumusan masalah tersebut yang tertuang dalam hipotesis. Beberapa hal yang termasuk ke dalam uji hipotesis ini antara lain persamaan regresi, uji F (uji simultan), koefisien determinasi (R2) dan uji t (uji parsial).

1. Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitngan dan pengolahan data dengan menggunakan *Statistical Program For Social Science* (SPSS), didapatkan tabel *Coefficients* seperti terlihat pada Tabel

4.12. dibawah ini. Dari tabel tersebut dapat diambil beberapa kesimpulan, salah satunya adalah persamaan regresi linier berganda.

### Tabel 4.12. Hasil Uji Regresi Berganda

**Coefficientsa**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics |
| Model |  | B | Std. Error | Beta | TolerancE | VIF |
| 1 | (Constant) | -.351 | .301 |  | -1.168 | .246 |  |  |
| Lokasi | .076 | .022 | .275 | 3.542 | .001 | .363 | 2.755 |
| Harga | .089 | .015 | .491 | 6.058 | .000 | .332 | 3.013 |
| kualitas produk | .044 | .020 | .196 | 2.222 | .029 | .279 | 3.580 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2023 (Data diolah)

Melihat nilai *Unstandardizet Coefficients Beta* di atas, maka dapat ditentukan persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari penelitian ini sebagai berikut:

### Y = -0,351 - 0,076X1 + 0,089X2 + 0,044X3

Yang berarti bahwa :

1. konstanta sebesar -0,351 yang berarti jika varibel lokasi, harga , kualitas produk dianggap nol maka variabel keputusan pemebelian hanya sebesar -0,351. Dimana tanda mines pada hasil yang di tunjukan karena tidak ada nya sertifikasi halal dari produk , serta konsumen yang membeli karena Fomo sudah jenuh dengan produknya.
2. Koefisien regresi variabel lokasi diperoleh nilai sebesar 0,076 yang berarti jika variabel lokasi mengalami penurunan sementara variabel harga dan kualitas produk diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan sebesar 0,076.
3. Koefisien regresi variabel harga diperoleh nilai sebesar 0,089 yang berarti jika variabel harga mengalami kenaikan sementara variabel lokasi dan kualitas produk

diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,089.

1. Koefisien regresi variabel kualitas produk diperoleh nilai sebesar 0,044 yang berarti bahwa jika variabel kualitas produk mengalami kenaikan sementara variabel lokasi dan harga diasumsikan tetap maka keputusan pembelian juga akan mengalami penurunan sebesar 0,044.
2. Hasil UjiF (Uji Simultan)

Uji F atau dikenal dengan Uji Simultan bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh semua Variabel bebas (*independent*) dalam hal ini lokasi, harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (*dependent*). Adapun hasil Uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel *Anova* dibawah ini.

### Tabel 4.13. Hasil Uji F

**ANOVAa**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model |  | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 427.274 | 3 | 142.425 | 760.356 | .000b |
| Residual | 52.516 | 96 | .547 |  |  |
| Total | 479.790 | 99 |  |  |  |

Sumber : Hasil penelitian, 2023 (Data Diolah)

Tabel ditas menunjukan bahwa nilai Fhitung yang diolah dengan menggunakan SPSS adalah sebesar 260,356. Sementara itu nilai Ftabel yang dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi adalah 2,700. Dengan demikian maka dikatakan bahwa nilai Fhitung = 260,236 > dari Ftabel = 2,700. Ini berarti bahwa variabel independen yang terdiri dari lokasi , harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

1. Koefisien Determinasi

Setelah variabel independen dinyatakan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok, maka untuk melihat seberapa besar pengaruhnya dapat dilihat pada tabel Model Summary hasil perhitungan dengan menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS), seperti dibawah ini.

### Tabel 4.14. Koefisien Determinasi

**Model Summaryb**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .889a | .790 | .784 | .258 |

Sumber: Hasil Penelitian, 2017 (Data diolah)

Tabel diatas menunjukan bahwa nilai Adjusted R Square adalah 0,784 atau 78,4% ini berarti bahwa variabel independen berupa lokasi, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian Mixue di Kota Depok sebesar 78,4% sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini, misalnya suasana lingkungan , bukti fisik, promosi dan lain sebagainya.

1. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah melakukan Uji t atau yang lebih dikenal dengan nama Uji parsial. Jika Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh secara bersama-sama, maka Uji t ini bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya secara parsial atau sendiri-sendiri. Jadi dalam penelitian ini akan melihat bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian serta pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Hasil Uji t penelitian ini dapat dilihat pada tabel *Coefficients* 4.12 diatas yaitu dengan melihat nilai t maupun sig-nya. Guna lebih jelasnya dapat dilihat pada salinan tabel dibawah ini.

### Tabel 4.15. Hasil Uji t (Uji Parsial)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| VARIABEL | T | Sig. | KESIMPULAN |
| Thitung | ttabel | HASIL | α = 5% |
| Lokasi | 3,542 | < 1,980 | 0,001 | > 0,05 | Berpengaruh signifikan |
| Harga | 6,058 | > 1,980 | 0,000 | < 0,05 | Berpengaruh signifikan |
| Kualitas produk | 2,222 | > 1,980 | 0,029 | < 0,05 | Berpengaruh signifikan |

Guna menentukan H0 maupun H1 yang ditolak atau diterima maka nilai thitung di atas dapat dibandingkan dengan nilai ttabel pada tingkat signifikasi 5% (α = 0,05). Nilai ttabel pada tingkat signifikasi 5% (α = 0,05) adalah 1,980 dengan membandingkan thitung dan ttabel maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

* 1. secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (3,542) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.
	2. Secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (6,058) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.
	3. Secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok karena thitung (2,222) > ttabel (1,980) serta nilai signifikan diatas 0,05.
1. Pengaruh Dominan

Guna mengetahui variabel independen yang berpengaruh paling dominan terhadap variabel dependennya adalah dengan cara melihat besarnya nilai *Standaridized Coefficient Beta* seperti terlihat pada tabel 4.12 diatas. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa variabel independen yang mempunyai *Standaridized Coefficient Beta* paling besar adalah variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

### 4.2. Pembahasan

Sesuai dengan latar belakang yang telah disampaikan diawal dimana sampai saat ini masih di temui kendala di gerai Mixue di Kota Depok Khusus nya mengenai keputusan pembelian sehingga perlu dilakukan penelitian diantaranya dengan menggunakan variabel lokasi, harga dan kualitas produk maka permasalah tersebut

setidaknya mulai terjawab. Dari ketiga variabel independen yang digunakan, semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Berpengaruhnya Variabel lokasi terhadap keputusan pembelian kemungkinan besar disebabkan oleh keamanan dalam menitipkan kendaraan nya , keamanan lingkungan nya dikareana kan masyarakat yang suka mengkonsumsi minuman ini dekat tempat tinggalnya dengan gerai , mereka bisa membeli kapapun mereka mau , gerai yang biasa ada dipinggir jalan raya namun dengan penempatan yang nyaman dengan *space* tempat parkir yang memadai membuat siapa saja yang melintas jalan ketika ingin membeli Mixue bisa langsung bisa membelinya. Oleh sebeb itu dalam membeli Mixue lokasi yang bagus mempengaruhi keputusan pembelian Mixue di Kota Depok.

Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga yang terjangkau dari karena lebih murah dari kompetitor lain , banyak nya responden yang masih berstatus pelajar dan mahasiswa yang mau mengkonsumsi minuman kekinian sebagai bagian dari *lifestyle* nya sehingga banyak yang membelinya

, rasa yang sesuai dengan selera anak muda namun dengan harga yang murah mereka bisa mengkonsumsinya kapan saja, faktor lain yang membuat variabel harga menjadi keputusan pembelian adalah mixue mengemas tampilan yang menarik di gerainya dengan rasa menu yang variatif dengan membuat Mixue makin melekat dengan harga murahnya. Variabel kualitas produk yang dilakukan Mixue khususnya di Kota Depok menggunkan tampilan yang baik dengan dalam pengemasan dan juga ketahanan produk- produk nya sampai bisadikonsumsi oleh konsumennya sehingga ekspetasi tentang produk yang ebak serta murah menjadi persespsi yang benar untuk pengalaman membeli produknya.

Jika dibandingkan dengan berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, tentunya hal ini akan lebih menguatkan penelitian-penelitian tersebut dimana selain faktor penempatan lokasi, harga yang dijual faktor lain yang menentukan seseorang memutuskan untuk membeli sebuah produk adalah kualitas produk tersebut. Pengaruh yang signifikan dari semua variabel independen menunjukan semakin banyak minat konsumen dalam membeli Mixue khususnya masyarakat yang Kota Depok yang sudah banyak mengetahui merek tersebut, lokasi, harga serta kualitas

produk yang bagus dalam melayani pembelian yang enak dan kekeinian baik dalam segikebutuhan pada konsumen maupun sebagai gaya hidup minuman kekinian.

Disisi lain, demografi responden juga menunjukan bahwa pelanggan Mixue Di Kota Depok dengan jenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki- laki. Wajar apabila perempuan karena perempuan lebih besar angka dalam mengkomsumsi minuman kekinian karena dalam keseharian kehidupan sebagai kesukaan nya dibandingkan dengan kopi yang cenderung lelaki lebih banyak mengkonsumsinya, ditambah dengan harga yang memang terjangkau untuk semua kalangan lokasi gerai nya yang sudah tersebar di Kota Depok ,dengan kualitas yang sesuai dipersepsikan sehingga keputusan membeli dengan representasi atas itu.

Dengan melihat uraian diatas , maka dapat dikatakan bahwa tingkat efektifitas lokasi yang sudah tersebar dimana-mana dengan penempatan yang aman dan nyaman dikunjungi serta jalanan yang baik membuat konsumen mudah menemui nya dengan harganya yang terjangkau lebih murah dari harga kompetitor namun dengan kualitas yang memuaskan membuat para konsumen nya suka dengan itu, namun dengan begitu murahnya harga produk yang dijual diharapkan Mixue bisa mempertahankan rasa dan inovasi terhadap menunya.