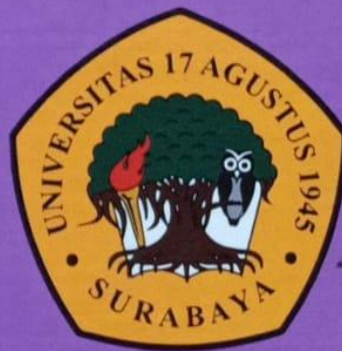


**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE CABANG
SEMOLOWARU SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh :

RESTY KUSUMAWARDHANI ARIPUTRI
NPM : 1121900086

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE CABANG
SEMOLOWARU SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Strata-1 Program Administrasi Bisnis



RESTY KUSUMAWARDHANI ARIPUTRI
NPM : 1121900086

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE CABANG
SEMOLOWARU SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana
Strata-1 Program Administrasi Bisnis



RESTY KUSUMAWARDHANI ARIPUTRI

NPM : 1121900086

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Resty Kusumawardhani Ariputri

NIM : 1121900086

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Administrasi
Bisnis

Judul : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian
Di Mixue Cabang Semolowaru Surabaya Timur

Surabaya, 3 Juli 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing 1



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103



Dra. Awin Mulyati, M.M
NPP. 20120.92.0283

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana pada tanggal 3 Juli 2023.

Dewan penguji,

1. **Dra. Awin Mulyati, M.M**

Ketua

2. **Drs. Ute Ch. Nasution, MS**

Anggota

3. **Dra. Sri Andayani, M.M**

Anggota

Mengesahkan,

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

Dekan



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Resty Kusumawardhani Ariputri
NPM : 1121900086
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Cabang Semolowaru Surabaya Timur

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan menyebutkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Resty Kusumawardhani Ariputri



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpustakaan@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN
AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Resty Kusumawardhani Ariputri
NBI/ NPM : 1121900086
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/ ~~Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:
Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Cabang Semolowaru Surabaya Timur.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 28 Juni 2023

Yang Menyatakan,



*Coret yang tidak perlu

(Resty Kusumawardhani Ariputri)

MOTTO

Everyone's version of their best is different, so don't ever let anyone tell you or make you feel like you're not enough ~ **Lee Jen0** ~

Just be you
~ **Wendy Red Velvet**~

Coba lihat dari sisi lain. Siapa tahu hidup akan membawamu pada sebuah pandangan baru.
~ **Kim Seon Ho** ~

Tetap Tenang
~ **Resty Kusuma**~

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan untuk :

1. Almarhumah “Ibu tercinta” dan juga ayah yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada saya selama ini.
2. Kakak dan adik-adik saya yang selalu memberikan support dalam pengerjaan skripsi.
3. Diri saya sendiri yang telah mampu berjuang sampai saat ini untuk mengerjakan skripsi agar mendapatkan hasil yang terbaik.
4. Teman-teman saya yang saling memberikan dukungan satu sama lain selama pengerjaan skripsi.
5. Almamaterku Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang tercinta.

ABSTRACT

At this time many people opened various online and offline businesses, one of which was a business in the F&B sector. Opening a business today will be a great opportunity to generate profits, this will happen if the company can implement the Marketing Mix strategy properly. Marketing Mix is a tactical marketing tool that is integrated by the company to produce the response desired by the target market. The marketing mix strategy that is currently widely used is the 7P marketing mix namely, Product, Place, Price, Promotion, Physical Evidence, People, and Process. Surabaya is one of the cities in Indonesia that has the most new business developments during the current economic recovery, especially in the F&B sector. Therefore, this study will try to explain further about the influence of the Marketing Mix on Purchase Decisions at the Mixue Semolowaru branch, East Surabaya. This study uses a quantitative method, using a media questionnaire as a research instrument. The population in this study were the customers of Mixue Semolowaru branch, East Surabaya and the people of East Surabaya who knew about Mixue, Semolowaru branch, East Surabaya. This study used a purposive sampling method as a sampling technique and determined 100 respondents to be sampled. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results obtained from the research data analysis test show that the Product, Price, and People variables partially have a positive and significant effect on the Purchase Decision, while the Place and Promotion variables have a negative and significant effect on the Purchase Decision, while Physical Evidence and Process partially have no effect positive and significant to the Purchase Decision while simultaneously the Marketing Mix has a positive and significant effect on the Purchase Decision.

Keyword : Marketing Mix, Product, Place, Price, Promotion, Physical Evidence, People, Process, Purchase Decision.

ABSTRAK

Pada masa ini banyak masyarakat yang membuka bisnis *online* maupun *offline* bermacam-macam, salah satunya adalah bisnis di bidang F&B. Membuka bisnis saat ini akan menjadi peluang yang besar dalam menghasilkan keuntungan, hal ini akan terjadi jika perusahaan dapat menerapkan strategi Bauran Pemasaran dengan baik. Bauran Pemasaran merupakan alat pemasaran taktis yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan oleh pasar sasaran. Strategi bauran pemasaran yang saat ini banyak digunakan adalah bauran pemasaran 7P yakni, *Product, Place, Price, Promotion, Physical Evidence, People, dan Process*. Surabaya merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki perkembangan bisnis baru terbanyak selama masa pemulihan ekonomi saat ini, terutama di bidang F&B. Maka dari itu, penelitian ini akan mencoba menjelaskan lebih lanjut mengenai pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian di Mixue cabang Semolowaru Surabaya Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan menggunakan media kuesioner sebagai instrumen penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan Mixue cabang Semolowaru Surabaya Timur dan masyarakat Surabaya Timur yang mengetahui Mixue cabang Semolowaru Surabaya Timur. Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel dan menetapkan 100 orang responden untuk dijadikan sampel. Teknik analisa data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil yang diperoleh dari uji analisa data penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Product, Price, dan People* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan variabel *Place dan Promotion* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Physical Evidence dan Process* secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sedangkan secara simultan Bauran Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, *Product, Place, Price, Promotion, Physical Evidence, People, Proses*, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya untuk dapat menyelesaikan skripsi saya dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Mixue Cabang Semolowaru Surabaya Timur” sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan berjalan dan terselesaikan tanpa adanya dukungan secara langsung maupun tidak langsung, bimbingan, serta bantuan dari berbagai macam pihak dalam penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Allah SWT, karena telah diberikan kelimpahan nikmat sehat, secara fisik maupun jiwa, pikiran, situasi dan kondisi yang mendukung untuk mengerjakan skripsi juga kemudahan dan kelancaran dalam proses pengerjaan skripsi ini.
2. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan dan doa-doanya kepada saya disetiap langkah dalam proses pengerjaan skripsi.
3. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M Selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan juga Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Ibu Dra. Awini Mulyati, M.M Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah memberikan ilmu selama masa kuliah.
8. Seluruh responden penelitian ini yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Kakak-kakak saya Ridza Whidyaningrum Ariputri dan Fachrul Rozi yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Adik-adik saya Ratih Trikumalasari Ariputri dan Rafardhan Nizam Muttaqi Ariputra yang selalu memberikan semangat kepada saya.

11. Teman-teman grup Semangat Revisi Alifia Rukhmana Watusslika, Amalia Ayu Putriani, Din Handayani Sagita, Halimatussa'diyah Athoillah, Maghfirotul Kholifah, dan Tariza Ramadhania yang saling memberikan support dan doa selama ini dalam proses pengerjaan skripsi ini.
12. Supriatun a.k.a pia teman yang sudah seperti adik maupun kakak bagi saya yang selama ini telah memberikan semangat dikala suka maupun duka selama proses pengerjaan skripsi ini.
13. Semua Ajusshi ku Park Seo-Joon, Kim Seon-Ho, Lee Jong-Suk, Lee Dong-Wook, Kim Bum, Lee Je-Hoon yang telah memberikan saya motivasi, hiburan dan juga semangat dikala lelah mengerjakan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan yang saling memberikan semangat selama ini.
15. Semua pihak yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Dan terakhir pada diri saya sendiri yang sudah berjuang selama ini hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ni penulis menyadari masih banyak kelemahan. Karena itu, penulis mengharapkan adanya dukungan positif berupa kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar mampu menghasilkan karya yang baik bagi pembacanya.

Surabaya, 27 Juni 2023

Resty Kusumawardhani Ariputri

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	<i>viii</i>
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	14
2.2.1 Pemasaran	14
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	15

2.2.3	Produk (<i>Product</i>)	17
2.2.4	Tempat (<i>Place</i>)	25
2.2.5	Harga (<i>Price</i>)	27
2.2.6	Promosi (<i>Promotion</i>)	32
2.2.7	Bukti Fisik (<i>Physical Evidence</i>)	37
2.2.8	Partisipan (<i>People</i>)	40
2.2.9	Proses (<i>Process</i>)	42
2.2.10	Keputusan Pembelian	44
2.3	Definisi Konsep dan Definisi Operasional	48
2.3.1	Definisi Konsep	48
2.3.2	Definisi Operasional	49
2.4	Pola Hubungan Antar Variabel	51
2.4.1	Hubungan Antara <i>Product</i> (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y)	51
2.4.2	Hubungan Antara <i>Place</i> (X2) dengan Keputusan Pembelian (Y)	52
2.4.3	Hubungan Antara <i>Price</i> (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y)	52
2.4.4	Hubungan Antara <i>Promotion</i> (X4) dengan Keputusan Pembelian (Y) ...	52
2.4.5	Hubungan Antara <i>Physical Evidence</i> (X5) dengan Keputusan Pembelian (Y)	53
2.4.6	Hubungan Antara <i>People</i> (X6) dengan Keputusan Pembelian (Y)	53
2.4.7	Hubungan Antara <i>Process</i> (X7) dengan Keputusan Pembelian (Y)	54
2.4.8	Hubungan Antara Bauran Pemasaran dengan Keputusan Pembelian (Y)	54
2.5	Kerangka Dasar Pemikiran	55
2.6	Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN		57
3.1	Rancangan Penelitian	57
3.2	Populasi dan Sampel	57
3.2.1	Populasi	57
3.2.2	Sampel	58
3.3	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	59
3.3.1	Skala Pengukuran	59

3.3.2 Instrumen Penelitian	60
3.4 Jenis Data dan Sumber Data	61
3.4.1 Jenis Data	61
3.4.2 Sumber Data	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data	61
3.6 Teknik Analisis Data.....	62
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	62
3.6.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	63
3.6.3 Uji Hipotesis	64
BAB IV PENYAJIAN, ANALISA DAN PEMBAHASAN	67
4.1 Penyajian Data	67
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	67
4.1.2 Karakteristik Responden.....	69
4.1.3 Uji Instrumen.....	71
4.2 Tabulasi Data.....	73
4.2.1 Tabulasi Variabel <i>Product</i> (X1).....	73
4.2.2 Tabulasi Variabel <i>Place</i> (X2).....	76
4.2.3 Tabulasi Variabel <i>Price</i> (X3)	79
4.2.4 Tabulasi Variabel <i>Promotion</i> (X4).....	83
4.2.5 Tabulasi Variabel <i>Physical Evidence</i> (X5).....	86
4.2.6 Tabulasi Variabel <i>People</i> (X6).....	90
4.2.7 Tabulasi Variabel <i>Process</i> (X7).....	93
4.2.8 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.2.9 Variabel <i>Product</i>	100
4.2.10 Variabel <i>Place</i>	101
4.2.11 Variabel <i>Price</i>	102
4.2.12 Variabel <i>Promotion</i>	103
4.2.13 Variabel <i>Physical Evidence</i>	104
4.2.14 Variabel <i>People</i>	105
4.2.15 Variabel <i>Process</i>	106

4.2.16 Variabel Keputusan Pembelian.....	107
4.3 Analisis Data	108
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	108
4.3.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	111
4.3.3 Uji Hipotesis	113
4.4 Pembahasan	118
BAB V PENUTUP	123
5.1 Kesimpulan.....	123
5.2 Rekomendasi	124
DAFTAR PUSTAKA	126
LAMPIRAN	131

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Skala Likert.....	60
Tabel 3.2 Interval Rasio.....	62
Tabel 3.3 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	65
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	70
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	71
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Variabel <i>Product</i> (X1)	73
Tabel 4.8 Hasil Tabulasi Variabel <i>Place</i> (X2)	76
Tabel 4.9 Hasil Tabulasi Variabel <i>Price</i> (X3).....	79
Tabel 4.10 Hasil Tabulasi Variabel <i>Promotion</i> (X4)	83
Tabel 4.11 Hasil Tabulasi Variabel <i>Physical Evidence</i> (X5).....	86
Tabel 4.12 Hasil Tabulasi Variabel <i>People</i> (X6).....	90
Tabel 4.13 Hasil Tabulasi Variabel <i>Process</i> (X7)	93
Tabel 4.14 Hasil Variabel Keputusan Pembelian (Y)	96
Tabel 4.15 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Product</i> (X1).....	100
Tabel 4.16 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Place</i> (X2).....	101
Tabel 4.17 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Price</i> (X3).....	102
Tabel 4.18 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Promotion</i> (X4).....	103
Tabel 4.19 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Physical Evidence</i> (X5)	104
Tabel 4.20 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>People</i> (X6).....	105
Tabel 4.21 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel <i>Process</i> (X7)	106
Tabel 4.22 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden dan Nilai Mean pada Variabel Keputusan Pembelian (Y)	107
Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinieritas.....	110
Tabel 4.24 Hasil Uji Analisis Linier Berganda	112
Tabel 4.25 Hasil Uji Parsial (Uji t)	114

Tabel 4.26 Hasil Uji Simultan	116
Tabel 4.27 Hasil Uji Korelasi (r).....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri F&B Tahun 2011-2022.....	1
Gambar 1.2 Persebaran Kafe (kanan) dan Kedai (kiri) di Kota Surabaya.....	4
Gambar 1.3 Persebaran Mixue di Surabaya.....	5
Gambar 1.4 Offline Store Mixue Semolowaru.....	6
Gambar 1.5 Data Penjualan Produk Mixue Cabang Semolowaru Tahun 2022.....	7
Gambar 1.6 Data Penjualan Mixue Cabang Semolowaru Tahun 2023	7
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	55
Gambar 4.1 Macam-Macam Produk Mixue Ice Cream and Tea	68
Gambar 4.2 Gerai Mixue cabang Semolowaru Surabaya Timur	68
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas Model Histogram.....	108
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Model P-Plot	109
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	131
Lampiran 2 : Kartu Bimbingan.....	136
Lampiran 3 : Lembar Revisi	138
Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas	141
Lampiran 5 : Hasil Uji Reliabilitas	146
Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas.....	148
Lampiran 7 : Hasil Uji Multikolinieritas.....	148
Lampiran 8 : Hasil Uji Heterokedastisitas	149
Lampiran 9 : Hasil Regresi Linier Berganda.....	149
Lampiran 10 : Hasil Uji t.....	150
Lampiran 11 : Hasil Uji F.....	150
Lampiran 12 : Hasil Uji (r) dan R^2	150
Lampiran 13 : Hasil Turnitin	151