

SKRIPSI

PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR



Oleh :

CLARRISA KURNIA FITRIANI
NBI : 1211900134

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2023**

SKRIPSI

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE
DI SURABAYA TIMUR**



Oleh :

Clarrisa Kurnia Fitriani

NBI : 1211900134

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE
DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mendapatkan

Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Oleh :

Clarrisa Kurnia Fitriani

NBI : 1211900134

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

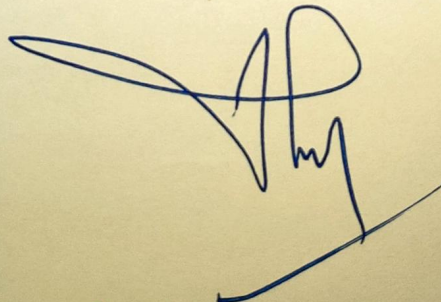
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama : Clarrisa Kurnia Fitriani
NBI : 1211900134
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : “PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR”

Surabaya, 13 Juni 2023

Mengetahui/Menyetujui

Pembimbing,

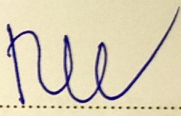
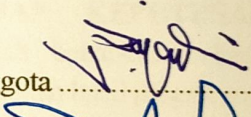
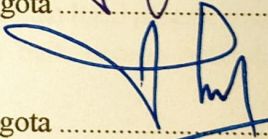


Dr. Abdul Halik, M.M

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI


Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 20 Juni 2023

TIM PENGUJI :

1. Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, S.H., M.M - Ketua 
2. Dr. Riyadi Nugroho, M.M - Anggota 
3. Dr. Abdul Halik, M.M - Anggota 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dekan, 



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP : 20220.93.0319

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Clarrisa Kurnia Fitriani
2. NBI : 1211900134
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3578056812000001
6. Alamat Rumah (KTP) : Kedung Rukem 4/20-A

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR”** adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis, maupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa skripsi yang saya tulis adalah hasil plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 20 Juni 2023

Yang Membuat,



(Clarrisa Kurnia Fitriani)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@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 : Clarrisa Kurnia Fitriani
NBI/ NPM : 1211900134
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
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 Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga Terhadap
Keputusan Pembelian Mixue di 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 : 20 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Clarrisa Kurnia Fitriani)

*Coret yang tidak perlu

MOTTO

“Apabila sesuatu yang kamu senangi tidak terjadi, maka senangilah apa yang terjadi”

~ Ali bin Abi Thalib ~

“Tidak ada kesuksesan tanpa kesulitan”

~ Sophocles ~

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa, Kemasan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur”**. Skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam Tugas Akhir. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang besar-besarnya saya tujukan kepada :

1. Dr. Abdul Halik, M.M selaku pembimbing saya yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasan. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si selaku Kepala Program Studi Bisnis Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitasvi serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, M.M., CMA., CPA selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Terima kasih kepada Prof. Dr. Amiartuti Kusmaningtyas, S.H., M.M selaku ketua penguji dan Dr. Riyadi Nugroho, M.M selaku penguji dalam sidang skripsi yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah

wawasan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga ujian skripsi.

6. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah membantu dan mendukung saya dari awal perkuliahan hingga akhir ujian skripsi ini.
7. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat, kesempatan, dukungan, nasehat dan doa disetiap langkah saya, dan selalu mendukung saya dari awal sampai akhir.
8. Terima kasih untuk teman-teman saya yang selalu memberikan support dan motivasi agar semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Terima kasih untuk diri saya sendiri yang telah semangat, pantang menyerah dalam menjalani perkuliahan dari awal semester sampai akhir semester dan berjuang dalam meluangkan waktunya untuk mengerjakan tugas akhir.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan, akhir kata saya ucapkan terima kasih.

Surabaya, 20 Juni 2023

Peneliti,

Clarrisa Kurnia Fitriani

ABSTRAK

PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan dan menganalisis pengaruh dari cita rasa, kemasan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Mixue di Surabaya Timur. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mixue di Surabaya Timur.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling dimana teknik dengan menggunakan kriteria yang dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel dan diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan perhitungan SPSS versi 26. Penelitian ini juga menjelaskan bahwa Keputusan Pembelian dipengaruhi model sebesar 70,4%, sedangkan sisanya sebesar 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan pengujian hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelasi $> 0,200$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$) dan reliabel (karena nilai koefisien Cronbach's Alpha $> 0,6$). Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi, antara lain: 1) kedua model regresi bebas dari multikolinearitas; 2) tidak terjadi heteroskedastisitas; dan 3) residual kedua model regresi berdistribusi normal.

Pada hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa Cita Rasa (X_1), Kemasan (X_2), dan Persepsi Harga (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mixue di Surabaya Timur. Secara simultan menunjukkan bahwa Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur.

Kata Kunci: Cita Rasa, Kemasan, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE EFFECT OF TASTE, PACKAGING AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS FOR MIXUE IN EAST SURABAYA

This study aims to prove and analyze the effect of taste, packaging and price perceptions on purchasing decisions of Mixue in East Surabaya. The research used is quantitative research. The population used in this study were all Mixue consumers in East Surabaya.

The sampling technique used was a purposive sampling technique in which the technique used the criteria selected by the researcher in selecting the sample and obtained a total sample of 100 respondents using the SPSS version 26 calculation. This research also explains that the purchasing decision is influenced by the model by 70.4%, while the remaining 29.6% is influenced by other variables that are not examined.

The data analysis technique used was multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R²), and hypothesis testing using the t-test and F-test. Meanwhile, the classical assumption tests used were the Normality Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test. Overall, the indicators used in this study are valid (because the correlation coefficient is > 0.200 with a significance level < 0.05) and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient is > 0.6). The results of the classical assumption test show that this study has fulfilled, among others: 1) both regression models are free from multicollinearity; 2) heteroscedasticity does not occur; and 3) the residuals of the two regression models have normal distribution.

The results of the analysis concluded that Taste (X1), Packaging (X2), and Price Perception (X3) partially had a significant effect on Mixue Purchase Decision (Y) in East Surabaya. Simultaneously shows that Taste, Packaging and Price Perceptions have a significant influence on Mixue Purchasing Decisions in East Surabaya.

Keywords: *Taste, Packaging, Perceived Price, Purchase Decision*

RINGKASAN

PENGARUH CITA RASA, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI SURABAYA TIMUR

Era modern saat ini banyak bisnis yang telah mengalami pertumbuhan serta kemajuan yang pesat khususnya pada bisnis kuliner. Hal ini dikarenakan bisnis kuliner merupakan pasar bisnis yang menguntungkan sehingga akan membawa dampak positif bagi para pelaku bisnis yang berlomba-lomba untuk terus mengembangkan produknya dalam hal cita rasa, kemasan dan persepsi harga serta memberikan nilai tambah agar dapat bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner terhadap 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *Purposive Sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), dan pengujian Hipotesis menggunakan Uji t dan Uji F. sedangkan Uji asumsi klasik yang digunakan yaitu Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas.

Hasil nilai Uji F menunjukkan bahwa Cita Rasa (X1), Kemasan (X2) dan Persepsi Harga (X3) sama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mixue di Surabaya Timur. Sedangkan pada hasil Uji t menunjukkan bahwa: 1) Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur, 2) Kemasan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur, 3) Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Surabaya Timur. Hal ini dapat dilihat dari hasil Uji t pada bab sebelumnya dimana X1, X2 dan X3 pada nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yang menghasilkan angka $2,496 > 1,660$ untuk X1, $3,171 > 1,660$ untuk X2, dan $2,984 > 1,660$ untuk X3.

Saran dari saya berdasar hasil penelitian Cita Rasa, Kemasan dan Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian Mixue di Surabaya Timur. Maka diharapkan kepada pihak Mixue di Surabaya Timur untuk terus melakukan inovasi baru guna meningkatkan keputusan konsumen dengan cara memperhatikan cita rasa, kemasan dan persepsi harga dari produk Mixue dan lebih mengenalkan produk dengan cara menambah varian rasa serta topping pada es krim agar lebih beragam, menambahkan desain dan ukuran pada kemasan agar lebih menarik serta penetapan harga yang kompetitif. Sehingga konsumen tetap memilih Mixue sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman-teman atau hanya sekedar membeli produk Mixue.

SUMMARY

THE EFFECT OF TASTE, PACKAGING AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISIONS FOR MIXUE IN EAST SURABAYA

In today's modern era many businesses have experienced rapid growth and progress, especially in the culinary business. This is because the culinary business is a profitable business market that will have a positive impact on business people who are competing to continue to develop their products in terms of taste, packaging and price perception as well as providing added value in order to compete. This study aims to determine and analyze the influence of taste, packaging and price perceptions on mixue purchasing decisions in East Surabaya. This research is a quantitative study using primary data obtained from questionnaires to 100 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling.

The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, coefficient of determination test (R^2), and hypothesis testing using the t test and F test. Meanwhile, the classical assumption tests used are the Normality Test, Multicollinearity Test, and Heteroscedasticity Test.

The results of the F test show that Taste (X_1), Packaging (X_2) and Perceived Price (X_3) both have a significant effect on Purchase Decision (Y) Mixue in East Surabaya. Whereas the results of the t test show that: 1) Taste has a significant effect on Mixue Purchase Decisions in East Surabaya, 2) Packaging has a significant effect on Mixue Purchase Decisions in East Surabaya, 3) Price Perception has a significant effect on Mixue Purchase Decisions in East Surabaya. This can be seen from the results of the t test in the previous chapter where X_1 , X_2 and X_3 at t count values are greater than t tables which produce numbers $2.496 > 1.660$ for X_1 , $3.171 > 1.660$ for X_2 , and $2.984 > 1.660$ for X_3 .

My advice is based on the results of Taste, Packaging and Price Perception research on Mixue purchasing decisions in East Surabaya. So it is hoped that Mixue in East Surabaya will continue to make new innovations to improve consumer decisions by paying attention to taste, packaging and price perceptions of Mixue products and introducing more products by adding flavors and toppings on ice cream to make it more diverse, adding designs and size on the packaging to make it more attractive and competitive pricing. So that consumers still choose Mixue as a place to gather with friends or just buy Mixue products.

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
RINGKASAN	xii
<i>SUMMARY</i>	xiv
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
1.4.2 Manfaat Akademis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.2 Perilaku Konsumen	7

2.1.3 Bauran Pemasaran	8
2.1.4 Cita Rasa	8
2.1.4.1 Indikator Cita Rasa.....	9
2.1.5 Kemasan.....	9
2.1.5.1 Indikator Kemasan.....	10
2.1.6 Persepsi Harga.....	10
2.1.6.1 Indikator Persepsi Harga.....	11
2.1.6.2 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	12
2.1.6.3 Strategi Penetapan Harga.....	13
2.1.7 Keputusan Pembelian.....	14
2.1.7.1 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.1.7.2 Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	15
2.1.7.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	22
2.3.1 Hubungan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.3.2 Hubungan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.3.3 Hubungan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4 Kerangka Konseptual	23
2.5 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	25
3.2.1 Lokasi Penelitian	25
3.2.2 Waktu Penelitian	25
3.3 Jenis dan Sumber Data	25
3.3.1 Jenis Data	25
3.3.2 Sumber Data.....	26

3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.4.1 Populasi Penelitian	26
3.4.2 Sampel Penelitian.....	26
3.4.2.1 Teknik Sampling.....	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	28
3.7 Definisi Variabel dan Definisi Operasional	29
3.7.1 Definisi Variabel	29
3.7.1.1 Cita Rasa (X1).....	29
3.7.1.2 Kemasan (X2).....	29
3.7.1.3 Persepsi Harga (X3).....	29
3.7.1.4 Keputusan Pembelian (Y).....	29
3.7.2 Definisi Operasional.....	30
3.7.2.1 Cita Rasa (X1).....	30
3.7.2.2 Kemasan (X2).....	30
3.7.2.3 Persepsi Harga (X3).....	30
3.7.2.4 Keputusan Pembelian (Y).....	31
3.8 Proses Pengolahan Data	31
3.9 Metode Analisis Data.....	32
3.9.1 Uji Instrumen.....	32
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.10 Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	34
3.10.1 Teknik Pengujian Hipotesis	34
3.10.1.1 Uji Parsial (Uji t).....	34
3.10.1.2 Uji Simultan (Uji F).....	34
3.10.2 Analisis Data	35
3.10.2.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	35

3.10.2.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Sejarah Mixue Ice Cream & Tea.....	37
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	38
4.1.3 Struktur Organisasi Mixue	38
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	40
4.2.1 Deskripsi Berdasarkan Karakteristik Responden	40
4.2.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.2.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	41
4.2.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Profesi.....	42
4.2.2 Deskripsi Penelitian Variabel.....	43
4.2.2.1 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Cita Rasa.....	43
4.2.2.2 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Kemasan.....	44
4.2.2.3 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	45
4.2.2.4 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	46
4.3 Metode Analisis Data.....	47
4.3.1 Uji Instrumen.....	47
4.3.1.1 Uji Validitas.....	47
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	59
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	51
4.3.2.1 Uji Normalitas.....	51
4.3.2.2 Uji Multikolinearitas.....	52
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	53
4.4 Analisis Data	54
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
4.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)	56

4.5 Pengujian Hipotesis.....	56
4.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	56
4.5.2 Uji Simultan (Uji F)	58
4.6 Pembahasan Hasil Penelitian	59
4.6.1 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.2 Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	59
4.6.3 Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	60
4.7 Implikasi Penelitian.....	61
4.8 Keterbatasan Penelitian	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	63
5.1 Simpulan	63
5.2 Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Jumlah Gerai Bubble Tea.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Mixue.....	38
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	15
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3.1 Pengukuran Data Menggunakan Skala Likert.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	42
Tabel 4.4 Interval Penilaian Skala Likert.....	43
Tabel 4.5 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Cita Rasa (X1).....	45
Tabel 4.6 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Kemasan (X2).....	44
Tabel 4.7 Hasil Penilaian Rata-Rata Variabel Persepsi Harga (X3).....	45
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Rata-Rata Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	46
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	52
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Simultan (Uji F)	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	67
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	73
Lampiran 3 Data Diolah Menggunakan SPSS 26.....	85
Lampiran 4 Surat Izin Penelitian.....	97
Lampiran 5 Surat Persetujuan Penelitian.....	98
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	99
Lampiran 7 Turnitin.....	100