

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA KEDAI MIXUE
(Studi Kasus Mixue Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh:
SALMA AQILA PUTRI
NPM : 19024010124

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA KEDAI MIXUE
(Studi Kasus Mixue Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian
Program Studi Agribisnis



Oleh:
SALMA AQILA PUTRI
NPM : 19024010124

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK
DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN
PADA KEDAI MIXUE
(Studi Kasus Mixue Cabang Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)**

Oleh:

SALMA AOILA PUTRI
NPM : 19024010124

Telah diterima pada tanggal
11 Juli 2023

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP
NIP. 19570531 198503 1001

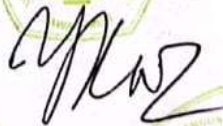
Dosen Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP
NIP. 19620712 199103 2001

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA KEDAI MIXUE
(Studi Kasus Mixue Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)
LEMBAR PENGESAHAN**

Oleh:

SALMA AOILA PUTRI
NPM : 19024010124

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Hari Selasa tanggal 11 Juli 2023
Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Pendamping



Dr. Dona Wahyuning Laily, SP., MP
NIP. 19570531 198503 1001

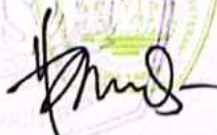
Dosen Pembimbing Utama



Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si
NIP. 19601227 199103 2001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Wanti Mindari, MP
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No 17 tahun 2010, Pasal 1 Ayat 1 tentang plagiarisme Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : Selera konsumen terhadap atribut produk dalam keputusan pembelian minuman pada kedai mixue (Studi Kasus Mixue Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya). menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 11 Juli 2023

Yang membuat pernyataan,



Salma Aqila Putri
NPM. 19024010124

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Selera Konsumen Terhadap Atribut Produk dalam Keputusan Pembelian Pada Kedai Minuman Mixue (Studi Kasus Mixue Cabang Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)

Penulisan Skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang harus dilakukan penulis untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) yang dilaksanakan di Fakultas Pertanian Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan dan dorongan dari berbagai pihak sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Ir. Winanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Ir. Hamidah Hendrarini, M.Si. selaku Dosen Pembimbing penulis yang selalu memberikan motivasi, masukan serta dukungan guna mendorong penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.

5. Dr. Dona Wahyuning Laily. SP., MP Selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah membantu membimbing, mendukung dan memberikan perhatian selama penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memberikan motivasi selama masa perkuliahan di Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
7. Ayah, Ibu, Adik dan Seluruh Keluarga yang telah memberikan dukungan moril dan material kepada penulis.
8. Kepada Pihak Mixue Dharmawangsa dan Ngagel yang menjadi tempat penelitian yang telah memberikan izin dan memberikan dukungan dalam melakukan penelitian
9. Kepada Difa, Feby, Rania, Helen, Rafni, Prajuliasti, Yurosita yang telah mendukung, membantu dan memberikan semangat selama proses penulisan skripsi.
10. Kepada seluruh teman – teman seperjuangan di Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur khususnya teman – teman angkatan 2019 yang telah berjuang Bersama

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pendapat, kritik, dan saran yang sifatnya membantu penulis. Semoga penulisan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak

Surabaya 11 Juli 2023

Penulis

**SELERA KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT PRODUK DALAM
KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN PADA KEDAI MIXUE
(Studi Kasus Mixue Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya)**

*CONSUMER TASTE OF PRODUCT ATTRIBUTES IN THE DECISION TO
PURCHASE BEVERAGES AT MIXUE SHOP (CASE STUDY OF MIXUE
DHARMAWANGSA AND NGAGEL SURABAYA)*

Salma Aqila Putri, Hamidah Hendrarini, Dona Wahyuning Laily

ABSTRAK

Mixue merupakan kedai es krim dengan harga yang murah dan enak sehingga membuat Mixue berekspansi besar-besaran keseluruh Indonesia dalam waktu yang cukup singkat. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis karakteristik, proses keputusan pembelian dan selera konsumen terhadap atribut produk minuman Mixue. Penelitian ini dilakukan di kedai Mixue cabang Dharmawangsa dan Ngagel Surabaya. Teknik pengambilan sampel adalah "accidental sampling" dengan jumlah konsumen sebanyak 84 orang. Metode analisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis Multiatribut Fishbein dengan bantuan kuesioner dan Microsoft Excel 2019. Berdasarkan analisis menggunakan multiatribut Fishbein, atribut yang memiliki peminat terbanyak adalah harga, sedangkan atribut yang paling dipercaya konsumen adalah harga dan merek. Berdasarkan skor Fishbein yang diperoleh adalah sebesar 101,69 dapat dikatakan bahwa selera konsumen terhadap produk minuman Mixue termasuk dalam kategori suka.

Kata Kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Selera Konsumen, Multiatribut Fishbein, Konsumen

ABSTRACT

Mixue is an ice cream shop with cheap and delicious prices, making Mixue expand massively throughout Indonesia in a fairly short time. This study aims to identify and analyze the characteristics, purchasing decision process and consumer tastes towards the attributes of Mixue beverage products. This research was conducted at the Mixue shop in the Dharmawangsa and Ngagel Surabaya branches. The sampling technique was "accidental sampling" with a total of 84 consumers. The analytical method uses descriptive analysis and Fishbein multi-attribute analysis with the help of a questionnaire and Microsoft Excel 2019. Based on the analysis using Fishbein's multi-attributes, the attribute that has the most interest is price, while the attributes that consumers trust the most are price and brand. Based on the Fishbein score obtained at 101.69, it can be said that consumer tastes for Mixue beverage products are included in the like category.

Keywords: Product Attributes, Purchase Decisions, Consumer Tastes, Fishbein

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Karakteristik Konsumen	19
2.2.2 Pengambilan Keputusan.....	26
2.2.3 Proses Keputusan Pembelian	27

2.2.4 Perilaku Konsumen	30
2.2.5 Selera Konsumen	31
2.2.6 Atribut Produk.....	35
2.3 Kerangka Pemikiran	39
III. METODOLOGI PENELITIAN.....	41
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	41
3.2 Metode Penentuan Lokasi.....	41
3.3 Metode Penentuan Sampel dan Jumlah Sampel	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.5 Metode Analisis Data.....	46
3.5.1 Analisis Deskriptif	46
3.5.2 Analisis Fishbein.....	49
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	53
3.6.1 Definisi Kinerja Atribut	56
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Mixue Indonesia	58
4.1.2 Lokasi kedai minuman Mixue Ngagel dan Dharmawangsa .	59
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	60
4.1.5 Variasi Produk Mixue	63
4.2 Deskripsi Karakteristik Konsumen	65

4.2.1 karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Umur.....	70
4.2.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan Terakhir .	74
4.2.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	78
4.2.5 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan.....	82
4.3 Proses Keputusan Pembelian	87
4.3.1 Pengenalan Kebutuhan.....	87
4.3.2 Pencarian Informasi	96
4.3.3 Evaluasi Alternatif	106
4.3.4 Pembelian.....	115
4.3.5 Pasca Pembelian.....	122
4.4 Analisis Fishbein	131
4.4.1 Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Fishbein	132
4.4.2 Tingkat Kepercayaan (bi) Atribut Fishbein	136
4.4.3 Analisis Selera Konsumen	140
V. SIMPULAN DAN SARAN	150
5.1 Simpulan.....	150
5.2 Saran	151
DAFTAR PUSTAKA	153
LAMPIRAN.....	158

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
3. 1	Skor evaluasi kepentingan (ei) terhadap atribut minuman Mixue	52
3. 2	Skor kekuatan kepercayaan (bi) terhadap atribut minuman Mixue	52
3. 3	Variabel atribut kedai minuman Mixue	55
4. 1	Menu dan Variasi Produk Mixue	64
4. 2	Data hasil karakteristik jenis kelamin mixue cabang Ngagel	67
4. 3	Data karakteristik jenis kelamin Mixue cabang Dharmawangsa ..	67
4. 4	Karakteristik konsumen Mixue Ngagel dan Dharmawangsa berdasarkan jenis kelamin	68
4. 5	Data Karakteristik Konsumen Mixue Ngagel Berdasarkan Umur	70
4. 6	Data Karakteristik Umur pada Mixue Dharmawangsa	72
4. 7	karakteristik konsumen kedai minuman Mixue Surabaya berdasarkan umur	73
4. 8	Data Karakteristik pendidikan terakhir pada Mixue Ngagel	75
4. 9	Karakteristik Konsumen MIXue Dharmawangsa Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
4. 10	Karakteristik Konsumen Mixue Surabaya Berdasarkan Pendidikan Terakhir	77
4. 11	Karakteristik Konsumen Mixue Ngagel Berdasarkan Pekerjaan..	79
4. 12	Karakteristik Konsumen Kedai Minumen Mixue Dharmawangsa Berdasarkan Pekerjaan	80
4. 13	Data Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan Keseluruhan Responden Mixue	81
4. 14	Karakteristik Konsumen Mixue Ngagel Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan.....	83
4. 15	Karakteristik Konsumen Mixue Dharmawangsa Berdasarkan Pendapatan atau Uang Saku per Bulan	83

4. 16	Data Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendapatan Keseluruhan Responden Mixue Surabaya	85
4. 17	Motivasi utama konsumen membeli minuman Mixue Ngagel	88
4. 18	Motivasi utama konsumen membeli minuman Mixue Dharmawangsa.....	89
4. 19	Motivasi Utama Konsumen Membeli Minuman Mixue Surabaya	90
4. 20	Manfaat Mengkonsumsi Minuman Mixue Ngagel	91
4. 21	Manfaat Mengkonsumsi Minuman Mixue Dharmawangsa.....	92
4. 22	Manfaat Mengkonsumsi Minuman Mixue Surabaya.....	93
4. 23	Tingkat Kepentingan Mengkonsumsi Mixue Ngagel	94
4. 24	Tingkat Kepentingan Mengkonsumsi Mixue Dharmawangsa.....	94
4. 25	Tingkat Kepentingan Mengkonsumsi Mixue Surabaya.....	95
4. 26	Sumber Informasi Konsumen Mixue Ngagel	97
4. 27	Sumber Informasi Konsumen Mixue Dharmawangsa	98
4. 28	Sumber Informasi Konsumen Mixue Surabaya	99
4. 29	Fokus Utama Konsumen Dalam Promosi Kedai Mixue Ngagel .	100
4. 30	Fokus Utama Konsumen Dalam Promosi Kedai Mixue Dharmawangsa.....	101
4. 31	Fokus Utama Konsumen Dalam Promosi Kedai Mixue Surabaya	102
4. 32	Pengaruh Promosi Terhadap Konsumen Kedai Mixue Ngagel ...	103
4. 33	Pengaruh Promosi Terhadap Konsumen Kedai Mixue Dharmawangsa.....	103
4. 34	Pengaruh Promosi Terhadap Konsumen Kedai Mixue Surabaya	105
4. 35	Pertimbangan awal konsumen dalam mengkonsumsi minuman Mixue Ngagel.....	106
4. 36	Pertimbangan awal konsumen dalam mengkonsumsi minuman Mixue Dharmawangsa	107
4. 37	Pertimbangan awal konsumen dalam mengkonsumsi minuman Mixue Surabaya.	108

4. 38	Ciri Minuman yang berkualitas menurut konsumen Mixue Ngagel	109
4. 39	Ciri Minuman yang berkualitas menurut konsumen Mixue Dharmawangsa.....	109
4. 40	Ciri Minuman yang berkualitas menurut konsumen Mixue Surabaya.....	110
4. 41	Pengkonsumsian Minuman selain Mixue Ngagel.....	110
4. 42	Pengkonsumsian Minuman selain Mixue Dharmawangsa	111
4. 43	Pengkonsumsian Minuman selain Mixue	111
4. 44	Alasan Mengkonsumsi MInuman Merek Lain Selain Mixue Ngagel	112
4. 45	Alasan Mengkonsumsi Minuman Merek Lain Selain Mixue Dharmawangsa.....	112
4. 46	Alasan Mengkonsumsi MInuman Merek Lain Selain Mixue	113
4. 47	Harga Beli Produk Minuman Mixue Ngagel Dapat Dijangkau Secara Umum	113
4. 48	Harga Beli Produk Minuman Mixue Dharmawangsa Dapat Dijangkau Secara Umum	114
4. 49	Harga Beli Produk Minuman Mixue Dapat Dijangkau Secara Umum.....	114
4. 50	Mengkonsumsi Minuman Mixue Karena Keinginan Diri Sendiri.	115
4. 51	Mengkonsumsi Minuman Mixue Karena Keinginan Diri Sendiri.	115
4. 52	Mengkonsumsi Minuman Mixue Karena Keinginan Diri Sendiri.	116
4. 53	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Minuman Mixue Ngagel	117
4. 54	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Minuman Mixue Dharmawangsa.....	117
4. 55	Cara Konsumen Memutuskan Pembelian Minuman Mixue Surabaya.....	118
4. 56	Frekuensi Konsumen Mengkonsumsi Minuman Mixue Ngagel dalam Satu Bulan	119
4. 57	Frekuensi Konsumen Mengkonsumsi Minuman Mixue	

	Dharmawangsa dalam Satu Bulan	119
4. 58	Frekuensi Konsumen Mengonsumsi Minuman Mixue dalam Satu Bulan	120
4. 59	Varian Favorite Menurut Konsumen kedai Minuman Mixue Surabaya.....	120
4. 60	Varian Favorite Menurut Konsumen kedai Minuman Mixue Surabaya.....	121
4. 61	Varian Favorite Menurut Konsumen kedai Minuman Mixue Surabaya.....	121
4. 62	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Mixue Ngagel.....	123
4. 63	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Mixue Dharmawangsa.....	123
4. 64	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Minuman Mixue Surabaya	123
4. 65	Produk Mixue Ngagel Tidak Mengecewakan dan akan Merekomendasikan	124
4. 66	Produk Mixue Dharmawangsa Tidak Mengecewakan dan akan Merekomendasikan	124
4. 67	Produk Mixue Tidak Mengecewakan dan akan Merekomendasikan	125
4. 68	Tindakan Konsumen Jika Harga Minuman Mixue Ngagel Naik	125
4. 69	Tindakan Konsumen Jika Harga Minuman Mixue Dharmawangsa Naik	126
4. 70	Tindakan Konsumen Jika Harga Minuman Mixue Naik	126
4. 71	Tindakan Konsumen Jika Minuman Mixue Ngagel Tidak Tersedia	127
4. 72	Tindakan Konsumen Jika Minuman Mixue Dharmawangsa Tidak Tersedia.....	127
4. 73	Tindakan Konsumen Jika Minuman Mixue Tidak Tersedia.....	128
4. 74	Tahapan Proses Keputusan Pembelian Minuman Mixue Ngagel dan Dharmawangsa oleh Konsumen.....	129

4. 75	Nilai Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Kedai Minuman Mixue.....	133
4. 76	Nilai Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Kedai Minuman Mixue.....	133
4. 77	Nilai Tingkat Evaluasi Kepentingan (ei) Atribut Kedai Minuman Mixue.....	134
4. 78	tingkat kepercayaan masing-masing atribut.....	137
4. 79	tingkat kepercayaan masing-masing atribut.....	137
4. 80	tingkat kepercayaan masing-masing atribut.....	138
4. 81	Hasil Olahan Skor Ei Dan Bi Terhadap Atribut Produk Mixue Ngagel.....	141
4. 82	Hasil Olahan Skor Ei Dan Bi Terhadap Atribut Produk Mixue Dharmawangsa.....	141
4. 83	Hasil Olahan Skor Ei Dan Bi Terhadap Atribut Produk Mixue.....	142
4. 84	Hasil Nilai Sikap Mengenai Selera Konsumen Terhadap Atribut Produk Minuman Mixue Ngagel.....	143
4. 85	Hasil Nilai Sikap Mengenai Selera Konsumen Terhadap Atribut Produk Minuman Mixue	144
4. 86	Hasil Nilai Sikap Mengenai Selera Konsumen Terhadap Atribut Produk Minuman Mixue Surabaya	144
4. 87	Skala Interval Selera Konsumen	148

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
2. 1	Proses Pengambilan Keputusan	28
2. 2	Kerangka Penelitian	40

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	158
2	Hasil Penelitian Karakteristik Konsumen	164