

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI MIXUE (STUDI KASUS GERAI MIXUE MOJOKERTO)**

SKRIPSI



Oleh :
FARAH ADELIA WIDYASWARI
NPM : 18024010129

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
SURABAYA
2024**

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE (STUDI KASUS GERAI MIXUE MOJOKERTO)

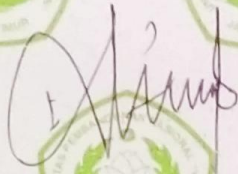
Oleh :

Farah Adelia Widyaswari
NPM. 18024010129

Telah diterima pada tanggal
01 Juni 2024

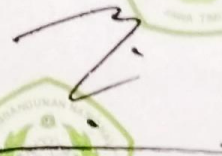
Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., MMA
NIP. 21219860624284

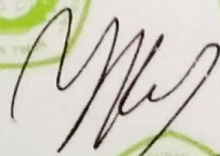
Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1002

Mengetahui :

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nuriah Yuliati, MP.
NIP. 19620712 199103 2 001

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE (STUDI KASUS GERAI MIXUE MOJOKERTO)

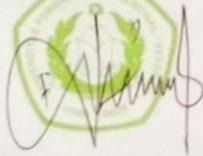
Oleh :

Farah Adelia Widyaswari
NPM. 18024010129

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Senin, 20 Mei 2024

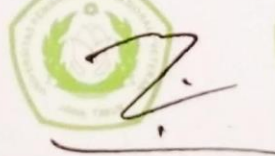
Telah disetujui oleh :

Pembimbing Pendamping



Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., MMA
NIP. 21219860624284

Pembimbing Utama



Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM
NIP. 19590211 198903 1002

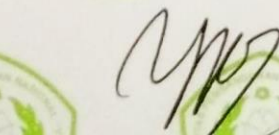
Mengetahui,

Dekan Fakultas Pertanian



Dr. Ir. Wanti Mindari, M.P.
NIP. 19631208 199003 2001

Koordinator Program Studi Agribisnis



Dr. Ir. Nurjah Yuliati, M.P.
NIP. 19620712 199103 2001

SURAT PERNYATAAN

Berdasarkan Undang-Undang No.19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta dan Permendiknas No.17 tahun 2010, Pasall 1 Ayat 1 tentang plagiarism Maka, saya sebagai Penulis Skripsi dengan judul : ***“Pengaruh Store Atmosphere, Service Quality, dan Customer Satisfaction Terhadap Repurchase Intention Pelanggan Biji Kopi di Kedai Dimensi Kopi Trawa”*** menyatakan bahwa Skripsi tersebut diatas bebas dari plagiarism.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebear-benarnya

Surabaya, 5 Juni 2024



Inas Adilah Putri
NPM. 18024010099

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, taufik serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Mixue (Studi Kasus Mixue Mojokerto)”. Skripsi ini diajukan untuk penelitian guna menyelesaikan tugas akhir pada Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah membantu dan memberikan arahan serta dukungan dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu, sudah sepantasnya sebagai penulis dengan penuh hormat mengucapkan terima kasih atas kesempatan, arahan serta bimbingannya selama ini kepada Prof. Dr. Ir. Sri Tjondro Winarno, MM selaku dosen pembimbing utama dan Dr. Ida Syamsu Roidah, S.P., MMA selaku dosen pembimbing pendamping. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ir. Nuriah Yulianti, MP selaku Koordinator Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Prof. Dr. Ir. Syarif Imam Hidayat, MM. selaku Ketua Jurusan Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Ir. Wanti Mindari, MP. selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Seluruh dosen dan tenaga pendidik di Program Studi Agribisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Orangtua penulis yang selalu memberikan doa, nasihat, dukungan dan kesabarannya selama ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa tidak ada penulisan yang sempurna. Oleh karena itu penulisan Skripsi ini tentu masih terdapat kekurangan dan kesalahan. Penulis mengharapkan kritik dan saran agar Skripsi ini bisa menjadi lebih baik.

Surabaya, Juni 2024

Penulis

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI MIXUE (STUDI KASUS OUTLET MIXUE MOJOKERTO)

Farah Adelia Widyaswari ¹ , Sri Tjondro Winarno ^{2*} , Ida Syamsu Roidah ³

ABSTRAK

Perusahaan Mixue terbukti agresif dalam memperluas gerai baru di Indonesia. Menurut salah satu pakar strategi pemasaran, fenomena mixue-isasi terjadi karena Mixue berhasil menerapkan konsep-konsep strategi pemasaran dengan tepat. Dalam hal ini Mixue berhasil menggunakan keempat variabel bauran pemasaran yaitu harga, produk, tempat, dan promosi dengan baik. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran 7P terhadap keputusan pembelian di Mixue Gerai Mojokerto . Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis SEM-PLS dengan pendekatan WarpPLS . Penggunaan metode PLS sebagai teknik analisis mempunyai kelebihan yaitu sampel yang digunakan tidak harus banyak dan dapat digunakan dalam mengembangkan suatu teori. Sampel yang digunakan berjumlah 50 responden yang merupakan konsumen dengan usia lebih dari 17 tahun yang minimal satu kali pembelian di Mixue Gerai Mojokerto . Pengambilan sampel menggunakan *nonprobability* dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Gerai Mojokerto.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Industri Makanan dan Minuman, Keputusan Pembelian.

***THE EFFECT OF MARKETING MIX ON PURCHASE DECISIONS AT
MIXUE (CASE STUDY OF MIXUE MOJOKERTO OUTLET)***

Farah Adelia Widyaswari¹ , Sri Tjondro Winarno^{2*} , Ida Syamsu Roidah³

ABSTRACT

Mixue's company has demonstrated a proactiveness in the expansion of its business in Indonesia. According to one expert in marketing strategy, the phenomenon of Mixueization can be attributed to the success of Mixue in applying the principles of effective marketing strategy. In this instance, Mixue has demonstrated an effective utilisation of the four key elements of the marketing mix, namely price, product, place, and promotion. The objective of this study was to analyze the effect of the marketing mix 7P on purchase decisions at Mixue Outlet in Mojokerto. In conducting this study, the data analysis utilized SEM-PLS, employing the WarpPLS application. The sample size consisted of 50 respondents, all of whom were consumers over the age of 17 and had made at least one purchase at Mixue Outlet in Mojokerto. The sampling employed a nonprobability, purposive sampling technique. Hence, this study has found that product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence have a positive and significant effect on purchase decisions at Mixue Outlet in Mojokerto.

Keywords: Marketing Mix, Food and Beverage Industry, Purchase Decisions.

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Landasan Teori.....	20
2.2.1 Strategi Pemasaran.....	20
2.2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	25
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	33
2.2.4 Keputusan Pembelian.....	36
2.3 Kerangka Penelitian	40
2.4 Hipotesis	41
III. METODE PENELITIAN.....	42

3.1 Lokasi dan Objek Penelitian	42
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	42
3.3 Metode Pengumpulam Data.....	44
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	46
3.5 Analisis Data	48
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2 Analisis SEM PLS.....	48
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	57
4.2 Karakteristik Konsumen	59
4.3 Hasil Uji Analisis Data	65
4.3.1 Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	66
4.4.2 Evaluasi Model Struktual (<i>Inner Model</i>)	68
4.5 Pembahasan.....	72
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Jumlah UMKM Kota Mojokerto.....	3
1.2	Data Jumlah Gerai Mixue di Indonesia.....	5
3.1	Tabel Ukuran Sampel Minimum Berdasarkan <i>Power Analysis</i> ..	44
3.2	Indikator Variabel Penelitian	47
3.3	Pengukuran Metode Beban Skor.....	48
4. 1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	61
4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
4. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	64
4. 6	Nilai <i>Cross Loadings</i>	66
4. 7	Hasil Pengujian Validitas Diskriminasi Nilai Kuadrat AVE	67
4. 8	Hasil Uji <i>Composite Reliability</i>	68
4. 9	Hasil Uji <i>R Square</i>	69
4. 10	Hasil Uji <i>Q Square</i>	70
4. 11	<i>Goodness Of Fit</i>	71
4. 12	Uji Hipotesis.....	72
4. 13	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Produk	73
4. 14	Penilaian Responden Terhadap Item Produk	74
4. 15	Alasan responden menyukai produk Mixue.....	75
4. 16	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Harga	77
4. 17	Penilaian Responden Terhadap Item Harga	78

4. 18	Alasan Responden Menyukai Harga Produk Mixue	79
4. 19	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Tempat	81
4. 20	Penilaian Responden Terhadap Item Tempat.....	83
4. 21	Alasan Responden Memilih Berkunjung Ke Mixue Mojokerto ...	84
4. 22	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Promosi	85
4. 23	Penilaian Responden Terhadap Item Promosi.....	87
4. 24	Alasan Responden Memutuskan Membeli Produk Mixue Karena Konten Sosial Media Mixue Mojokerto.....	88
4. 25	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Orang.....	89
4. 26	Penilaian Responden Terhadap Item Orang	91
4. 27	Alasan Responden Menyukai Karyawan Mixue Mojokerto	92
4. 28	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Proses	93
4. 29	Penilaian Responden Terhadap Item Proses	95
4. 30	Alasan Responden Memilih Gerai Mixue Mojokerto Untuk Membeli Produk Mixue.....	96
4. 31	Hasil <i>Path Coefficient</i> Indikator Bukti Fisik.....	98
4. 32	Penilaian Responden Terhadap Item Bukti Fisik	100
4. 33	Alasan Responden Tertarik Pada Gerai Mixue Mojokerto	101

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.1	Data Pengeluaran Rata-Rata Perkapita Sebulan (Rupiah) Masyarakat Kota Mojokerto 2020-2022	4
2.1	Proses Pengambilan Keputusan	37
2.2	Kerangka Penelitian	40
3.1	Tahapan Analisis PLS-SEM	50
3.2	Kerangka Konseptual Penelitian	52
4. 1	Daftar Menu Mixue	59
4. 2	Konstruksi Diagram Jalur.....	65
4. 3	Daftar Menu Mixue	75
4. 4	Perbandingan Harga Produk Mixue Dengan Produk Serupa Yaitu Momoyo Dan Ai-Cha.....	80
4. 5	Lokasi Gerai Mixue Mojokerto.....	84
4. 6	Tampilan Gerai Mixue Mojokerto di Food Delivery App	97
4. 7	Standar desain gerai Mixue	102

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	109
2.	Jawaban Responden	119
3	Hasil Uji Analisis Data Menggunakan WarpPLS 8.0.....	122