



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MIXUE DI
KOTA SEMARANG**

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Skripsi
Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Diponegoro**

Penyusun

Danis Widyadana

14030120130173

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2024

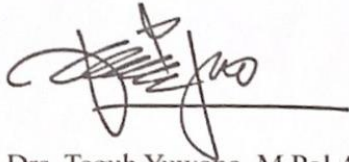
HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mixue di Kota Semarang
Nama Penyusun : Danis Widyadana
NIM : 14030120130173
Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

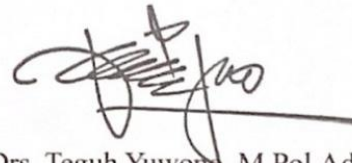
Semarang, 25 Maret 2024

Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

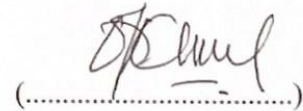
Wakil Dekan 1



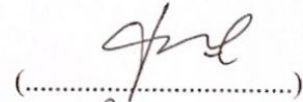
Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin
NIP. 196908221994031003

Dosen Pembimbing:

1. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si
2. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB



(.....)



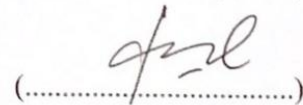
(.....)

Dosen Penguji:

1. Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M. Si
2. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB
3. Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si



(.....)



(.....)



(.....)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Prof. Sudarto, 5 H
Tembalang Semarang KodePos 50275
Tel./Faks. (024) 74605407
www.fkip.undip.ac.id | email: fkip@undip.ac.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Danis Widyadana
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120130173
3. Tempat / Tanggal Lahir : Banjarnegara, 27 Maret 2001
4. Jurusan / Program Studi : S-1 Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jl Raya Banjarsari, Tembalang, Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul :
Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen
Mixue di Kota Semarang

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain
dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil
uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20 %.

Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah
saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa
pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang
saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh
kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 4 Maret 2024

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si

NIP. 196104101986032001

Pembuat Pernyataan,

Danis Widyadana

NIM. 14030120130173

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si

NIP. 197603302003122001

*) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

– Q.S. Al-Insyirah: 5-6

Puji syukur kehadiran Allah SWT, skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya yang telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan penuh sampai titik ini serta menjadi alasan terbesar saya untuk tetap berjuang menyelesaikan studi. Terima kasih telah menjadi sosok luar biasa yang selalu menjadi kebanggaan bagi keempat anaknya.
2. Nenek saya yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan pada setiap langkah yang saya lalui.
3. Kakak saya, Karuna Wisnu Wijaya dan kedua adik saya, Damai Maitreya Firza dan Nabila Viriya Pramitha yang telah memberikan semangat dan selalu mengisi hari-hari saya.
4. Raihan Pradipta Alvito Yahya yang selalu memberikan dukungan sejak awal penyusunan skripsi.
5. Teman-teman saya Icha, Alifia, Galung, Ading, Ray, Shinta, dan Cacak yang telah berjuang bersama dan banyak membantu selama masa perkuliahan.
6. Alvina, Asca, Dwiana, Hafiza, Nidy, Oyi, dan Salma yang merupakan tempat berbagi cerita saya sejak di bangku SMA.
7. Momo, Nyx, Oreo, dan Cola yang selalu menghibur dan menemani saya di kala penyusunan skripsi.
8. Rekan-rekan organisasi Bidang Pengabdian Masyarakat BEM FISIP dan Bidang Sosial Masyarakat BEM UNDIP yang telah menjadi tempat belajar dan memberikan pengalaman luar biasa bagi saya selama menjadi mahasiswa.
9. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis 2020 yang telah banyak membantu.
10. Saya sendiri, Danis Widyadana yang telah berjuang sampai akhir dan berani melalui semua hal sulit yang datang. Terima kasih sudah mau belajar dan berproses selama ini.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MIXUE DI
KOTA SEMARANG**

ABSTRAK

Produk es krim merupakan salah satu produk yang diminati oleh masyarakat saat ini. Perubahan pada pola perilaku konsumen tersebut mengharuskan perusahaan untuk menciptakan produk yang berkualitas sekaligus menciptakan tempat dengan *store atmosphere* yang baik sehingga mendorong penjualan di perusahaan. Mixue, sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi produk es krim pada kenyataannya menghadapi penurunan pendapatan di tahun 2022 apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan tersebut mengindikasikan adanya permasalahan yang terjadi pada Mixue.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada konsumen Mixue di Kota Semarang. Adapun tipe penelitian yang digunakan yakni *explanatory research* dengan metode *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan konsumen Mixue di Kota Semarang dengan membagikan kuesioner secara langsung. Data tersebut kemudian diolah menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan variabel kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Mixue disarankan untuk melakukan beberapa evaluasi dengan meningkatkan kualitas produk sehingga kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dan menciptakan *store atmosphere* yang baik untuk memberikan pengalaman positif terhadap konsumen.

Kata kunci: Keputusan Pembelian; Kualitas Produk; *Store Atmosphere*

**THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND STORE
ATMOSPHERE ON PURCHASE DECISIONS MIXUE CONSUMERS IN
SEMARANG CITY**

ABSTRACT

Today, ice cream products are one of the products that are in demand by the public. Changes in consumer behavior patterns require companies to create quality products and provide a place with a good store atmosphere to encourage the company's sales. Mixue, as one of the companies that produces ice cream products, faced a decrease in revenue in 2022 when compared to the previous year. The decline indicates that there are problems that occur at Mixue.

This study aims to determine the influence of product quality and store atmosphere on purchasing decisions for Mixue consumers in Semarang City. The type of research used is explanatory research with a non-probability sampling method and a purposive sampling approach. This study involved 100 respondents who were mixue consumers in Semarang City by distributing questionnaires directly. The data was processed using SPSS version 25.

The results showed that the product quality variable had a positive and significant influence on purchasing decisions, the store atmosphere variable had a positive and significant influence on purchasing decisions, and the product quality and store atmosphere variables had a positive and significant influence on purchasing decisions.

Based on the results of the study, Mixue is advised to conduct several evaluations by improving product quality so that it can meet consumer needs and creating a good store atmosphere to provide a positive experience for consumers.

Keywords: Product Quality; Purchase Decisions; Store Atmosphere

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Mixue di Kota Semarang”** ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan baik pengajaran, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. Hari Susanta Nugraha, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis.
3. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1-Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Dra. Apriatni Endang Prihatini, M.Si. selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penulisan skripsi.
5. Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing kedua yang juga telah memberikan bimbingan dan arahan dalam proses penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Andi Wijayanto, S.Sos., M.Si. selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberikan masukan serta membantu penulis selama menempuh studi.
7. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro, khususnya Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu, pemikiran, dan tenaga selama proses pembelajaran.
8. Seluruh responden atas kesediaannya untuk membantu penulis dalam pengisian kuesioner guna penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, atas kesalahan dan kekurangan pada skripsi ini, penulis memohon maaf serta mengharapkan adanya kritik dan saran. Semoga skripsi ini memberikan manfaat nyata bagi kemajuan bersama.

Semarang, 4 Maret 2024
Penulis,

Danis Widyadana

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.5 Kerangka Teori	13
1.5.1 Perilaku Konsumen	13
1.5.2 Keputusan Pembelian	17
1.5.3 Bauran Pemasaran	20
1.5.4 Kualitas Produk	22
1.5.5 <i>Store Atmosphere</i>	24
1.5.6 Pengaruh antar Variabel	28
1.6 Hipotesis	33
1.7 Definisi Konsep	34
1.7.1 Keputusan Pembelian (Y)	34

1.7.2 Kualitas Produk (X1)	34
1.7.3 <i>Store Atmosphere</i> (X2)	34
1.8 Definisi Operasional	35
1.8.1 Keputusan Pembelian (Y)	35
1.8.2 Kualitas Produk (X1)	36
1.8.3 <i>Store Atmosphere</i> (X2)	36
1.9 Metode Penelitian	38
1.9.1 Jenis Penelitian	39
1.9.2 Populasi dan Sampel	39
1.9.3 Teknik Pengambilan Sampel	40
1.9.4 Jenis dan Sumber Data	41
1.9.5 Skala Pengukuran	41
1.9.6 Teknik Pengumpulan Data	42
1.9.7 Teknik Pengolahan Data	43
1.9.8 Analisis Data	43
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN MIXUE DAN PROFIL RESPONDEN	48
2.1 Sejarah Mixue	48
2.2 Visi dan Misi Mixue	49
2.2.1 Visi	50
2.2.2 Misi	50
2.3 Nilai Perusahaan	50
2.4 Logo Mixue	50
2.5 Produk Mixue	51
2.6 Karakteristik Responden	52

2.6.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
2.6.2 Responden Berdasarkan Usia	53
2.6.3 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	53
2.6.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
2.6.5 Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan.....	55
2.6.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam 3 Bulan Terakhir	56
2.6.7 Responden Berdasarkan Varian Produk	56
2.6.8 Responden Berdasarkan Gerai yang Dikunjungi.....	58
BAB III PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN <i>STORE ATMOSPHERE</i> TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN MIXUE DI KOTA SEMARANG.....	60
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	60
3.1.1 Uji Validitas.....	61
3.1.2 Uji Reliabilitas	64
3.2 Analisis Deskriptif Variabel	66
3.2.1 Hasil Interpretasi Variabel Kualitas Produk (X1)	66
3.2.2 Hasil Interpretasi Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	71
3.2.3 Hasil Interpretasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	78
3.3 Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	83
3.3.1. Koefisien Korelasi	83
3.3.2 Koefisien Determinasi	84
3.3.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	85
3.3.4 Uji Statistik t.....	86
3.4 Analisis Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
3.4.1 Koefisien Korelasi	88

3.4.2 Koefisien Determinasi	89
3.4.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	90
3.4.4 Uji Statistik t	91
3.5 Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	92
3.5.1 Koefisien Korelasi Berganda	93
3.5.2 Koefisien Determinasi	94
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	95
3.5.4 Uji Statistik F	96
3.6 Pembahasan	98
3.6.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	98
3.6.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	101
3.6.3 Pengaruh Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	103
BAB IV PENUTUP	105
4.1 Kesimpulan.....	105
4.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN.....	111

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pendapatan Mixue atas Penjualan Es Krim	5
Tabel 1. 2 Penelitian Terdahulu	31
Tabel 1. 3 Skala Likert	42
Tabel 1. 4 Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 2. 1 Produk Mixue.....	51
Tabel 2. 2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 2. 3 Responden berdasarkan Usia	53
Tabel 2. 4 Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	54
Tabel 2. 5 Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 2. 6 Responden berdasarkan Pendapatan/Uang Saku per Bulan.....	55
Tabel 2. 7 Responden berdasarkan Frekuensi Pembelian dalam 3 Bulan Terakhir	56
Tabel 2. 8 Responden berdasarkan Varian Produk	57
Tabel 2. 9 Responden berdasarkan Gerai yang Dikunjungi.....	58
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	62
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	63
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	64
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	65
Tabel 3. 5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	67
Tabel 3. 6 Kategorisasi Variabel Kualitas Produk.....	71
Tabel 3. 7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel <i>Store Atmosphere</i>	72
Tabel 3. 8 Kategorisasi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	77
Tabel 3. 9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	79
Tabel 3. 10 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian.....	83
Tabel 3.11 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 3.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85

Tabel 3.13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	85
Tabel 3.14 Hasil Uji Koefisien Korelasi <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 3.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	89
Tabel 3. 16 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	90
Tabel 3.17 Hasil Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	93
Tabel 3.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 3.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 3.20 Hasil Uji F Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pra Survei Keandalan Produk Mixue dalam Memuaskan Konsumen	7
Gambar 1. 2 Komentar Negatif Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Akun TikTok @mixueindonesia.....	7
Gambar 1. 3 Komentar Negatif Konsumen terhadap Kualitas Produk pada Akun Instagram @mixueindonesia.....	8
Gambar 1. 4 Data Pra Survei Daya Tarik Gerai Mixue	8
Gambar 1. 5 Komentar Negatif Konsumen terhadap <i>Store Atmosphere</i> pada Akun Instagram @mixueindonesia.....	9
Gambar 1. 6 Jumlah Gerai Mixue di Provinsi Jawa Tengah.....	10
Gambar 1. 7 Model Perilaku Konsumen.....	16
Gambar 1. 8 Tahapan Keputusan Pembelian	18
Gambar 1. 9 Hipotesis.....	33
Gambar 2. 1 Logo Mixue	51
Gambar 3. 1 Kurva Uji t Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	87
Gambar 3. 2 Kurva Uji t <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian	92
Gambar 3. 3 Kurva Uji F Kualitas Produk dan <i>Store Atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	98

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian	111
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	112
Lampiran 3. Identitas Responden.....	119
Lampiran 4. Tabel Induk.....	124
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas & Reliabilitas.....	129
Lampiran 6. Hasil Uji Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, dan Regresi Linear	134
Lampiran 7. Hasil Uji Turnitin	137