

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**SKRIPSI****PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN****PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN****PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA****(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)**

UIN SUSKA RIAU

Oleh:

**ALFINA DAMAYANTI**

NIM :12070121733

**MANAJEMEN PEMASARAN****PROGRAM STUDI MANAJEMEN****FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU****PEKANBARU****2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

NAMA : ALFINA DAMAYANTI  
NIM : 12070121733  
PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN  
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
SEMESTER : VIII (DELAPAN)  
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN  
DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND  
TEA (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)

DISETUJUI OLEH :

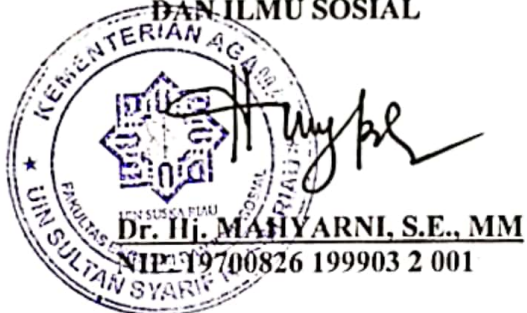
PEMBIMBING



RIKI HANRI MALAU, SE., MM  
NIP. 19710124200701 1 020

MENGETAHUI :

DEKAN  
FAKULTAS EKONOMI  
DAN ILMU SOSIAL



Dr. Hj. MAHYARNI, S.E., MM  
NIP. 19700826 199903 2 001

KETUA PROGRAM STUDI  
SI MANAJEMEN



ASTUTI MEFLINDA, SE., MM  
NIP. 19720513200701 2 018

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Alfina Damayanti

NIM : 12070121733

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and tea (Studi kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru)

Tanggal Ujian : 11 Juni 2024

### Tim Penguji

Ketua

Dr. Julina, SE, M.Si

NIP. 19730722 199903 2 001



Sekretaris

Ilham Chanra Putra, SE, MM

NIP. 19890329 201903 1 008



Penguji 1

Dr. Dony Martias, SE, MM

NIP. 19760306 200710 1 004



Penguji 2

M. Rachmadi, SE, MM

NIP. 19690505 202321 1 005



Lampiran Surat :  
Nomor : Nomor 25/2021  
Tanggal : 10 September 2021

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alfina Damayanti  
NIM : 12070121733  
Tempat/Tgl. Lahir : Pekanbaru, 12 Desember 2001  
Fakultas/Pascasarjana : EKONOMI Dan Ilmu Sosial  
Prodi : Manajemen

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan Dan Varian Produk terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream dan Tea  
(Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 19 Juni 2024  
Yang membuat pernyataan



NIM : 12070121733

\*pilih salah satu sesuai jenis karya tulis




**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Alhamdulillah RabbilAlamin segala puji syukur kehadirat Allah SWT atas semua nikmat, rahmat, dan hidayah yang terlimpahkan, nikmat kecukupan, dan kesenangan serta wujud doa, ujian, cobaan, dan teguran-Mu sehingga dengan melalui semua itu penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)”** Shalawat serta salam tecurah kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi panutan dan teladan bagi umat manusia di dunia.

Penulis menyadari penulisan skripsi ini masih belum sempurna, kekurangan maupun kekhilafan sehingga penulis menerima bentuk kritik dan saran yang sifatnya konstruktif. Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Sebagai ungkapan terimakasih, skripsi ini penulis persembahkan kepada orang tua tercinta Ayah Sulaiman dan Ibu Linda yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak ada hentinya selalu mendoakan dan telah memberikan segalanya baik itu kasih sayang, cinta serta dukungan kepada penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Dr. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau, Bapak Dr. Mahmuzar, M. Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau dan Ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
4. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
5. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku dosen pembimbing proposal dan skripsi sekaligus menjadi inspirasi bagi penulis yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran-saran yang sangat penting kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Yusrialis, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan menjadi orang tua kedua selama penulis menuntut ilmu di UIN Suska Riau.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Seluruh karyawan tata usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Kepada 4 saudara yaitu Kak Ama, Kak Nisa, Dira, dan Sifa yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan Skripsi.
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Zarfana Mafaza. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Berkontribusi banyak dalam penulisan karya tulis ini, baik tenaga maupun waktu kepada penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
11. Kepada teman seperjuangku semasa kuliah Mutiara Adha, Farahdiba Vania, Trisya Yolandika, Teriyana Wulansari dan Bizanty Tharifah Nurul Izza terimakasih telah menjadi penyemangat dalam pengerjaan skripsi ini.
12. Kepada sahabat Mazaya Shafa dan Risky Ameliani terimakasih telah menjadi salah satu motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
13. Teman Kelas J dan Kelas Pemasaran B Angkatan 2020.
14. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, Alfina Damayanti. terimakasih telah mampu berusaha keras dan berjuang hingga saat ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar keadaan dan tak pernah mau memutuskan untuk menyerah.

**Pekanbaru, 20 Mei 2024**

**ALFINA DAMAYANTI**  
**NIM. 12070121733**


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

# PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA

(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru)

Oleh :

**ALFINA DAMAYANTI**

**12070121733**

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Pekanbaru yang pernah membeli Produk Mixue and Tea. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini sampel berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Dan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru). Besar pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru) ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0,583 (58,3%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Kemasan (X2), dan Varian Produk (X3) berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

***Kata Kunci : Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk dan Keputusan Pembelian***



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PACKAGING AND PRODUCT VARIANTS ON THE DECISION TO PURCHASE MIXUE ICE CREAM AND TEA PRODUCTS***

*(Case Study in Pekanbaru City Community)*

*By:*

**ALFINA DAMAYANTI**

**12070121733**

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to determine the influence of product quality, packaging and product variants on purchasing decisions for Mixue Ice Cream and Tea products (Case Study in the Pekanbaru City Community). The population in this research is the people of Pekanbaru City who have purchased Mixue and Tea products. The data collection technique uses a questionnaire. The power used is primary data and secondary data. In this research, the sample consisted of 100 respondents using purposive sampling technique. The data analysis used in this research is quantitative using the multiple linear regression method. And the results of this research show that product quality, packaging and product variants have a significant influence on purchasing decisions for Mixue Ice Cream and Tea products (Case Study in the Pekanbaru City Community). The large influence of product quality, packaging and product variants on purchasing decisions for Mixue Ice Cream and Tea products (Case Study in the Pekanbaru City Community) is shown by the coefficient of determination of 0.583 (58.3%). These results indicate that the variables Product Quality (X1), Packaging (X2), and Product Variants (X3) influence the Purchasing Decision variable (Y). Meanwhile, the remaining 41.7% was influenced by other variables not examined in this research.*

***Keywords: Product Quality, Packaging, Product Variants and Purchasing Decisions***



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	iii
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Manajemen Pemasaran .....	13
2.2 Kualitas Produk .....	17
2.3 Kemasan .....	21
2.4 Varian Produk.....	24
2.5 Keputusan Pembelian .....	26
2.6 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Pembelian.....	28
2.7 Penelitian Terdahulu.....	30
2.8 Kerangka Pemikiran .....	33
2.9 Konsep Operasional Variabel.....	34
2.10 Hipotesis .....	36

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>39</b>
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	43
3.6 Uji Kualitas Data .....	44
3.7 Uji Asumsi Klasik .....	45
3.8 Uji Regresi Linier Berganda.....	47
3.9 Uji Hipotesis.....	47
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....</b>	<b>51</b>
4.1 Profil Perusahaan.....	51
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	53
4.3 Logo Mixue .....	53
4.4 Bahan Baku Pembuatan Mixue .....	54
4.5 Struktur Organisasi.....	55
4.6 Sejarah Kota Pekanbaru .....	56
4.7 Profil Kota Pekanbaru .....	57
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
5.1 Karakteristik Responden .....	60
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	61
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	62
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan di Mixue.....	63
5.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	64
5.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian .....	64
5.2.1 Kualitas Produk (X1).....	64

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.2.2 Kemasan (X2).....	65
5.2.3 Varian Produk (X3) .....	67
5.2.4 Keputusan Pembelian .....	68
5.3 Uji Kualitas Data .....	69
5.3.1 Uji Validitas.....	69
5.3.2 Uji Reliabilitas .....	71
5.4 Uji Asumsi Klasik .....	72
5.4.1 Uji Normalitas .....	72
5.4.1 Uji Multikolinieritas .....	73
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	75
5.4.4 Uji Autokorelasi .....	76
5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	77
5.6 Uji Hipotesis.....	79
5.6.1 Uji Hipotesis T.....	79
5.6.2 Uji Hipotesis F.....	80
5.6.3 Uji Koefisien Determinasi .....	81
5.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
5.7.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian .....	82
5.7.2 Pengaruh Kemasan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	83
5.7.3 Pengaruh Varian Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)...	85
5.7.4 Pengaruh Kualitas Produk (X1), Kemasan (X2), dan Varian Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	86
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
6.1 Kesimpulan.....	88
6.2 Saran.....	89
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Perusahaan F&B Dengan Gerai Franchise.....	3
Tabel 1.2 Daftar Menu & Harga Produk Mixue .....	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	30
Tabel 2.2 Definisi Konsep Operasional Variabel .....	35
Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	50
Tabel. 4.1 Jumlah Penduduk Pekanbaru .....	58
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	60
Tabel 5.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	61
Tabel 5.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel 5.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan .....	62
Tabel 5.5 Karakteristik Responden berdasarkan Intensitas Kunjungan .....	62
Tabel 5.6 Data Responden Berdasarkan Kecamatan.....	63
Tabel 5.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kualitas Produk.....	64
Tabel 5.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Kemasan .....	66
Tabel 5.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Indikator Varian Produk.....	67
Tabel 5.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Terhadap Indikator Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1), Kemasan (X2), Varian Produk(X3) dan Keputusan Pembelian (Y) .....	70
Tabel 5.12 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 5.13 Uji Normalitas dengan Kolmogrov-Smirnov.....	73
Tabel 5.14 Uji Multikolinieritas.....	74

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.15 Uji Autokorelasi.....	77
Tabel 5.16 Uji Regresi Linier Berganda .....	78
Tabel 5.17 Uji T Hitung .....	80
Tabel 5.18 Uji F Hitung .....	81
Tabel 5.19 Uji Kosefisien Determinasi.....	82



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4.1 Logo Mixue.....	53
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	55
Gambar 5.1 Heteroskedastisitas.....	75



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Karakteristik Responden
- Lampiran 3 : Tanggapan Responden
- Lampiran 4 : Tabulasi Data
- Lampiran 5 : Uji Kualitas Data
- Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 : Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 8 : Uji Hipotesis
- Lampiran 9 : titik presentase distribusi (df=90-100)
- Lampiran 11 : Tabel f (91-100)
- Lampiran 12 : Dokumentasi Penelitian

### Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu bisnis industri makanan juga minuman sangat mudah berkembang karena didukung dengan perkembangan teknologi internet. Semakin berkembangnya teknologi maka mendukung para pengusaha untuk memunculkan ide minuman dan makanan yang terbaru, mengenai hal ini membuat para pengusaha semakin kreatif dalam menciptakan makanan dan minuman yang unik agar tidak kalah dalam persaingan dengan pengusaha lain (Munawarah 2017).

Hal ini menjadikan peluang bagi para pengusaha untuk memunculkan ide ide bisnis agar mudah di terima masyarakat. Penjualan produk yang sangat mudah dikenal dan berkembang saat ini ialah produk minuman, karena banyak dari kalangan pelajar, mahasiswa hingga orang tua yang menyukai produk minuman yang kekinian. produk minuman ini selalu mengalami trend dan inovasi yang bermunculan di negara Asia Tenggara. Banyak sekali jenis minuman terbaru seperti es kopi susu, boba, thai tea, brown sugar milk, ice cream dan banyak jenis lainnya yang sangat mudah di terima di kalangan masyarakat. (Munawarah 2017)

Salah satu Industri yang terus berkembang di indonesia adalah industri es krim sebab selalu mengalami peningkatan dalam mengkonsumsi es krim yang diiringi dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap makanan dan minuman yang sehat karena es krim dibuat dengan bahan baku susu.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di era revolusi industri ini, es krim telah merambah ke semua kalangan masyarakat baik itu kaya atau miskin dan tua atau muda. Pada zaman ini es krim tidak hanya terdapat dalam satu jenis saja, tetapi ada berbagai variasi dan inovasi sehingga membuat banyak kalangan masyarakat yang gemari es krim. Es krim dikonsumsi di berbagai negara yang terutama Negara yang memiliki daerah tropis. Popularitas es krim pun semakin terkenal hingga ke penjuru dunia, seiring dengan perkembangan berbagai macam-macam es krim mulai dari bentuk hingga rasa dari es krim tersebut (Anggi Siti Hartinah, Syahrul Alim 2023).

Mengonsumsi es krim tentu sangat penting dan bermanfaat bagi kesehatan, manfaat mengonsumsi es krim yaitu untuk mengurangi peradangan melindungi gigi dan gusi. Jika dilihat dari segi kandungan gizi, es krim adalah produk yang kaya akan kalsium dan protein karena komposisi terbesar es krim adalah susu. Tidak hanya kalsium dan protein saja, ada juga kandungan gizi lain seperti lemak, protein, karbohidrat, vitamin, dan mineral.

Diantara banyak bisnis makanan dan minuman yang sangat trending es krim adalah salah satu bisnis yang memiliki peluang pasar dengan perkiraan laba yang cukup menjanjikan. Indonesia termasuk negara yang memiliki kondisi iklim tropis sehingga ini mendukung perkembangan industri es krim. Menurut *Momentum Works*, salah satu minuman boba dan ice cream terlaris saat ini adalah Mixue. Franchise minuman ini berasal dari china yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997, tetapi baru masuk di Indonesia pada tahun 2020, gerai pertama Mixue di Indonesia adalah di Bandung dan mulai tersebar ke seluruh Indonesia (Anggi Siti Hartinah, Syahrul Alim 2023).

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Saat ini Mixue memiliki jumlah gerai yang sangat banyak di asia tenggara, lebih dari 1.000 gerai yang tersebar di negara Singapura, Vietnam, Malaysia, Thailand, Indonesia, dan Filipina. Sekarang es krim tidak hanya tersedia dalam bentuk satu jenis saja berbagai macam bentuk yang di inovasi sehingga semakin banyak peminat es krim.

Hingga saat ini, Mixue adalah sebuah waralaba internasional yang, berdasarkan data dari Momentum Work, memiliki total 21.582 gerai di seluruh dunia. Jumlah gerai ini menjadikan Mixue sebagai perusahaan makanan dan minuman dengan jumlah gerai waralaba terbanyak ke-5 di dunia. Berikut adalah daftar 7 perusahaan F&B dengan jumlah gerai waralaba terbanyak pada tahun 2021:

**Tabel 1.1 Daftar Perusahaan F&B Dengan Gerai Franchise**

No.	Nama Perusahaan	Jumlah Gerai
1	McDonalds	40.030 Gerai
2	Subway	37.000 Gerai
3	Starbucks	33.833 Gerai
4	KFC	26.934 Gerai
5	Mixue	21.584 Gerai
6	Burger King	19.247 Gerai
7	Dominos Pizza	16.848 Gerai

Sumber : Momentum Work, 2022

Dengan pesatnya perkembangan F&B di Indonesia menjadi peluang bagi merek ternama seperti Mixue untuk menguasai pangsa pasar di Indonesia dan memanfaatkan digitalisasi untuk menyebarkan konten promosi yang menarik bagi konsumen. Banyak pengguna media sosial di Indonesia seperti TikTok, Instagram dan Twitter membuat konten dan memposting hal yang berhubungan dengan Mixue. Sehingga dengan masifnya pembukaan gerai Mixue di Indonesia tidak luput

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari adanya fenomena viral yang menjadikan Mixue sebagai tren bagi pengguna internet.

Fenomena mixue terlihat dari perkembangan merek ice cream mixue di Indonesia yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para peneliti. Salah satu dosen Strategi Pemasaran di Universitas Airlangga (Unair) yang bernama Sri Hartini berpendapat bahwa Fenomena yang sedang terjadi saat ini pada produk Mixue yaitu memiliki merek pada kemasan yang melambangkan boneka salju sendiri semakin viral dan menjadi incaran konsumen karena harga yang murah, sehingga menarik konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Haerunisah, et.al., 2023). Konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Mixue berpendapat bahwa mixue termasuk produk yang unik, sebenarnya hanya es krim biasa namun mixue mampu membuat inovasi varian rasa pada es krimnya dan juga kemasan yang menarik, selain itu kehadiran mixue yang menjamur dengan cepat di kota pekanbaru membuat orang-orang penasaran akan rasa es krim tersebut. Terbukti karena kini Mixue membuka gerai es krim lebih dari 300 gerai yang tersebar diseluruh indonesia dan ada 13 gerai di kota pekanbaru.

Selain itu, dalam konteks fenomena yang sedang berlangsung di masyarakat saat ini, produk yang memenuhi standar halal sering kali ditandai dengan adanya logo halal pada kemasan mereka. Logo ini berfungsi sebagai informasi bagi konsumen mengenai kehalalan produk tersebut. Sertifikasi halal pada makanan dan minuman yang dikonsumsi oleh masyarakat merupakan salah satu upaya pemerintah untuk melindungi kepentingan sekitar 90% konsumen muslim. Namun, selain aspek keagamaan, labelisasi ini juga dapat mengindikasikan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

bahwa produk makanan dan minuman tersebut memenuhi standar kualitas yang sesuai bagi konsumen umum, baik muslim maupun non-muslim.

Saat ini, banyak sekali masyarakat yang mengabaikan tentang label halal di dalam suatu produk, hingga produk makanan dan minuman pun kadang tidak diperhatikan kehalalannya. Terutama pada anak milenial yang menyukai minuman dan makanan yang sedang trending. Ada berbagai jenis makanan dan minuman kekinian yang dijual dengan bebas di pasaran walaupun tidak memiliki label halal, seperti makanan korea, miunan boba dan lain sebagainya. Terbukti, masih banyak peminat Mixue hingga saat ini padahal belum tercantum label halal pada kemasan Mixue. Dan itu semua seakan-akan sudah menjadi suatu kebiasaan bagi masyarakat tersebut (Mardrib 2023).

Menanggapi fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti terkait Keputusan Pembelian pada produk Mixue ice cream and tea karena yang menjadi sorotan bagi peneliti gerai Mixue selalu ramai pengunjung. Selain itu gerai Mixue mudah berkembang dengan pesat dan faktor faktor yang mempengaruhinya. Dan juga peneliti tertarik memilih meneliti ice cream Mixue karna ice cream mixue hadir saat musim covid-19 dan sudah ramai penggemarnya. Keputusan pembelian itu sendiri merupakan isu yang menarik untuk diteliti. Hal ini dikarenakan keputusan dalam pembelian produk Mixue dapat menjadi tolak ukur alasan konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.

Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang melibatkan Kualitas pada suatu produk, selain itu konsumen juga melihat kegunaan serta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

kelebihan dari kemasan yang digunakan, serta varian produk agar dapat memilih produk yang ingin dibeli. Dalam mengambil keputusan pembelian produk ada banyak faktor yang mempengaruhi pembelian ice cream Mixue salah satunya kualitas produk, kemasan dan varian produk.

Kualitas produk dapat dilihat sebagai keadaan fisik atau fungsi dari suatu produk untuk menilai rasa dari produk tersebut. Budningrum, wahyudiyono, & Murdrapa (2022) mengungkapkan dalam temuan penelitiannya bahwa kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika perusahaan memberikan jaminan kualitas kepada suatu produk, maka konsumen akan lebih mengutamakan memilih produk tersebut dibanding produk yang ditawarkan pesaing karena produk yang berkualitas dapat meminimalisir biaya yang akan dikeluarkan oleh perusahaan jika dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitas.

Masyarakat akan membeli produk jika menurutnya produk tersebut memiliki kualitas yang baik, dapat di artikan produk itu harus memenuhi harapan dan kebutuhan kosumen. Selain itu kosumen akan melihat tampilan luar dari produk tersebut yang akan membuat kosumen mengambil tindakan untuk membeli produk tersebut.

Kini kemasan memang telah menjadi hal yang penting. Kemasan tidak lagi berfungsi hanya sebagai wadah pembungkus produk makanan atau minuman tetapi juga menjadi alat promosi untuk menarik minat pembeli. Saat ini kemasan menjadi hal yang sangat penting untuk dijadikan objek pemasaran, jika kemasan dirancang dengan cermat dapat menimbulkan nilai kecocokan bagi kosumen dan juga nilai

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

promosi untuk produsen. Salah satu aspek yang sering diabaikan banyak produsen dari kemasan adalah keindahan, padahal keindahan suatu produk sangat besar pengaruhnya pada keberhasilan penjualan produk.

Setiap perusahaan harus memperhatikan pengemasan suatu produk karena kemasan juga dapat menjadi pusat perhatian bagi konsumen. Jika produsen memperhatikan aspek tersebut maka akan mempercepat kelancaran penjualan produk (Haerunisah, et.al., 2023).

Selain kualitas produk dan kemasan, hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah varian produk. Dengan adanya keragaman produk yang dapat menjadi pilihan konsumen untuk dapat memilih sesuai selera dan kebutuhan mereka seperti menyediakan berbagai pilihan varian rasa produk serta berbagai macam topping yang dimana konsumen dapat memilih sesuai dengan selera konsumen. Penting untuk diperhatikan bahwa varian produk dapat membantu perusahaan menjangkau berbagai segmen pasar dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang beragam. Dengan menghadirkan berbagai varian produk, perusahaan dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan. Ada banyak macam jenis produk mixue antara lain:

**Tabel 1.2 Daftar Menu & Harga Produk Mixue**

NO	NAMA PRODUK	HARGA
<b>Mixue Fresh Ice Cream</b>		
1.	Mixue ice cream	Rp. 8.000
2.	Boba shake	Rp. 16.000
3.	Boba Sundae	Rp. 16.000
4.	Strawberry Mi-Shake Ice Cream	Rp. 16.000
5.	Chocolate Cookies Smoothies	Rp. 16.000
6.	Strawberry Smoothies with Ice Cream	Rp. 16.000
7.	Mango Smoothies with Ice Cream	Rp. 16.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	NAMA PRODUK	HARGA
<b>Mixue Fresh Ice Cream</b>		
8.	Choffe smothies	Rp. 16.000
9.	Lucky Sundae Strawberry Ice Cream	Rp. 16.000
10.	Lucky Sundae Chocolate Ice Cream	Rp. 16.000
<b>Real Fruit Tea</b>		
1	Fresh Squeezed Lemonade	Rp. 10.000
2	Peach Earl Grey Tea	Rp. 16.000
3	Passion Fruit Jasmine Tea	Rp. 20.000
4	Lemon Jasmine Tea	Rp. 12.000
5	Mango Oats Jasmine Tea	Rp. 16.000
6	Earl Grey Tea with 2 Topping	Rp. 13.000
7	Jasmine Tea with 2 Topping	Rp. 13.000
<b>NO NAMA PRODUK HARGA</b>		
<b>Milk tea</b>		
1	Pearl Milk Tea	Rp. 19.000 (M) Rp. 22.000 (L)
2	Oats Milk Tea	Rp. 19.000 (M) Rp. 22.000 (L)
3	Coconut Jelly Milk Tea	Rp. 19.000 (M) Rp. 22.000 (L)
4	Red Bean Milk Tea	Rp. 19.000 (M) Rp. 22.000 (L)
5	Milk Tea with 2 Topping	Rp. 19.000 (M) Rp. 22.000 (L)
<b>Original Tea</b>		Rp. 10.000
1	Original Jasmine Tea	Rp. 10.000
2	Original Earl Grey Tea	Rp. 10.000

Mixue menawarkan harga yang relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan, dari harga Rp. 8.000 hingga Rp. 22.000 dengan menu yang ditawarkan beragam dan juga kekinian.

Di antara semua variabel di atas dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian, yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka penelitian ini diberi judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA (Studi kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru)”**

### 1.2 Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru)?
2. Apakah Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru)?
3. Apakah Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru)?
4. Apakah Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru)?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru.).

2. Untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

3. Untuk mengetahui pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru).

4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (studi kasus pada masyarakat Kota Pekanbaru).

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian berikut ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Teoritis

Bagi ilmu pengetahuan dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan terkait pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream and Tea. Sehingga penelitian ini diharapkan kedepannya dapat dijadikan acuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan.

##### 2. Manfaat Praktis

Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menambah variabel dalam penelitian, menambah wawasan, dan mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh mengenai pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream and Tea.

##### 3. Manfaat Akademis

Bagi Universitas, Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuustakaan yang dapat digunakan sebagai rujukan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka penulis membagi rencana dan sistematika penulisan dalam 6 bab, yaitu :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan, serta manfaat dari penelitian serta rencana dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini berisi landasan teori yang didapatkan dari pembahasan penelitian ini, hipotesis dan juga variabel dari penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis sumber data, teknik pengumpulan data, lokasi penelitian, populasi dan sampel, serta analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini merupakan bab yang akan menguraikan sejarah singkat serta gambaran umum perusahaan yang menjadi objek penelitian.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan bab yang memaparkan hasil penelitian yang diperoleh saat melakukan penelitian beserta pembahasan.

## **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang sudah dilakukan



### **Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Manajemen Pemasaran

##### 2.1.1 Pengertian Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang mengatur serta menganalisa perencanaan dalam melaksanakan program pemasaran. Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk mengembangkan serta mempertahankan perusahaannya sehingga mendapatkan laba yang di targetkan perusahaan

Manajemen pemasaran adalah sebuah konsep untuk melakukan tindakan pemasaran, yang harus dikoordinasikan atau dikelola dengan baik. Manajemen pemasaran memiliki fungsi untuk melakukan kegiatan menganalisa pasar dan lingkungan pemasarannya, agar dapat memperoleh seberapa besar peluang agar dapat merebut pasar dan seberapa besar ancaman yang akan dihadapi. Pemasaran memiliki arti yang lebih luas di bandingkan dengan penjualan, pemasaran mencakup usaha dari perusahaan yang ditandai dengan menganalisis kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan harga yang sesuai dengan manfaat dari produk, juga menentukan bagaimana cara mempromosikan produk dan penjualan produk tersebut. (Ngatno 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.1.2 Konsep Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu hal yang sangat penting untuk keberhasilan suatu perusahaan. Pemasaran adalah sebuah konsep (*marketing concept*). Konsep pemasaran adalah falsafah bisnis yang dapat dinyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi keberlangsungan hidup perusahaan. Tujuan konsep pemasaran adalah untuk memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. konsep ini dapat dicapai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. perusahaan harus dapat menyusun kebijakan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat sesuai dengan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran muncul setelah adanya perubahan dalam kegiatan perusahaan yang ada di masyarakat industri. Manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan yang mengatur serta menganalisa perencanaan dalam melaksanakan program pemasaran. Manajemen Pemasaran merupakan kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk mengembangkan serta mempertahankan perusahaannya sehingga mendapatkan laba yang di targetkan perusahaan (Ngatno 2018).

## 2.1.2 Bauran Pemasaran

Dalam Bauran Pemasaran, terdapat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 4P, yaitu Product (produk), Price (harga), Place (tempat), dan Promotion (promosi). Sementara itu, dalam pemasaran jasa terdapat beberapa alat pemasaran tambahan seperti People (orang), Physical Evidence (bukti fisik), dan Process (proses), sehingga dikenal dengan istilah 7P.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran jasa mencakup Product (produk), Price (harga), Place (tempat), Promotion (promosi), People (orang), Physical Evidence (bukti fisik), dan Process (proses). Menurut Kotler dan Armstrong (2012), pengertian dari 7P adalah:

1. Produk (*Product*)

Produk (*Product*) melibatkan pengaturan setiap unsur produk, mulai dari perencanaan dan pengembangan, agar dapat dipasarkan dengan efektif. Ini mencakup penyesuaian produk atau jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga produk tersebut dapat diterima dengan baik di pasar.

2. Harga (*Price*)

Harga (*Price*) adalah sistem manajemen dalam perusahaan yang menentukan nilai suatu produk, dimulai dari penetapan dasar yang tepat untuk produk atau jasa tersebut. Sistem ini juga mencakup strategi yang berkaitan dengan promosi, seperti pemberian diskon, penawaran gratis ongkos kirim, dan berbagai variabel lain yang berkaitan dengan harga.

3. Tempat (*Place*)

Tempat (*Place*) adalah aspek yang melibatkan pemilihan dan pengelolaan saluran perdagangan yang digunakan untuk mengirim produk atau jasa serta melayani pasar sasaran atau konsumen. Hal ini juga mencakup pengembangan sistem distribusi untuk pengiriman dan penjualan produk secara fisik.

4. Promosi (*Promotion*)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Promosi (*Promotion*) merupakan unsur yang digunakan untuk menginformasikan dan mengajak konsumen tentang produk atau jasa yang baru diluncurkan oleh perusahaan melalui iklan televisi, sosial media, brosur, banner, sales, market place dan media lainnya.

5. Orang (*People*)

Orang (*People*) merupakan pelaku yang memainkan peranan penting dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli. Elemen dari orang (*People*) mencakup pegawai perusahaan dan konsumen. Semua sikap dan tindakan karyawan, cara berpakaian, serta penampilan mereka memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan penyampaian jasa.

6. Sarana Fisik (*Physical Evidence*)

Sarana Fisik (*Physical Evidence*), merupakan fasilitas yang diperlukan dalam suatu kegiatan. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Unsur yang termasuk dalam sarana fisik antara lain lingkungan atau bangunan fisik, peralatan, perlengkapan, logo, warna dan barang-barang lainnya.

7. Proses (*Process*)

Proses (*Process*) merupakan jalannya suatu kegiatan dari awal proses pembuatan produk hingga memasarkan produk agar sampai di tangan konsumen. Elemen proses ini memiliki arti sesuatu untuk menyampaikan jasa. Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan senang merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian jasa itu sendiri.

Berdasarkan penjelasan tersebut mengenai bauran pemasaran, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran memiliki elemen-elemen yang sangat berpengaruh dalam penjualan. Elemen-elemen ini dapat mempengaruhi minat konsumen dalam membuat keputusan pembelian.

## 2.2 Kualitas Produk

### 2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Amstrong dan Kotler Kualitas Produk adalah ketahanan suatu produk dapat melakukan fungsinya. Kualitas produk merupakan daya tampung yang dimiliki dari suatu produk dimana fungsinya meliputi proses dan peningkatan produk yang bernilai lainnya agar memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas produk merupakan keadaan produk yang terbaik serta memiliki nilai guna seperti keahlian dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, daya tahan produk dan ketelitian. Menurut andriyani, Y., & Zulkarnaen (2017) berpendapat bahwa kualitas produk di definisikan sebagai karakter dan ciri dari seluruh produk atau jasa sehingga mempengaruhi kemampuan dari produk tersebut untuk memuaskan kebutuhan tertentu, sehingga dapat diartikan bahwa perusahaan harus dapat mengidentifikasi karakter dan ciri produk yang berhubungan dengan mutu lalu membuat suatu dasar tolak ukur dan cara pengendaliannya (Wanda Intan aghitsni 2022).

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.2.2 Faktor Kualitas Produk

Kualitas produk biasanya dilihat dari bagaimana suatu produk dapat memenuhi harapan pelanggan bahkan melebihi harapan pelanggan. Kualitas produk dapat dikatakan sebagai kondisi fisik atau fungsi dari produk tersebut yang dapat memberikan kepuasan selera hingga kebutuhan konsumen sesuai dengan nilai harga yang dikeluarkan (Dinda Larasati 2023). Kualitas dari suatu produk dapat diukur dari banyaknya aspek, seperti aspek kecerahan, daya tahan, kinerja, dan desain.

Ada beberapa faktor yang bisa mempengaruhi kualitas produk :

### 1. Desain Produk

Desain produk yang baik dapat memastikan bahwa produk tersebut dapat berfungsi sesuai dengan kegunaannya sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan yang efektif.

### 2. Bahan Baku

Selain desain produk bahan baku juga harus memiliki fungsi yang baik, agar mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Bahan baku yang digunakan dalam pembuatan produk dapat berdampak signifikan dari kerahasiaan dan daya tahan.

### 3. Proses Produksi

Dalam proses memproduksi produk yang tepat dan terarah dapat menghasilkan kualitas produk yang tidak berubah dari waktu ke waktu.

### 4. Uji Kualitas

Sebelum produk sampai ke tangan konsumen maka produsen

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

harus melakukan pengecekan dan juga pengujian setelah selesai melakukan proses produksi agar dapat mendeteksi apakah produk cacat atau tidak.

### **5. Umpan Balik Pelanggan**

Menerima komplain dari pelanggan dapat membantu produsen dalam memperbaiki produk atau bahkan meningkatkan kualitas produk.

### **6. Pemeliharaan & Dukungan Pelanggan**

Memiliki kualitas kepada pelanggan dan juga kemudahan dalam menjaga kualitas produk juga memiliki peran yang penting dalam persepsi kualitas produk.

Perusahaan yang dapat meningkatkan kualitas suatu produk tak jarang memiliki keunggulan dalam kompetitif dalam pasar. Perusahaan juga akan membangun hubungan yang jangka panjang dengan konsumen, alasannya karena konsumen akan merasa puas dan memiliki rasa percaya pada produk.

### **2.2.3 Indikator Kualitas Produk**

Salah satu keunggulan utama dari ice cream Mixue ini adalah teksturnya yang lembut dan halus karena dibuat dengan teknik yang khusus, sehingga menghasilkan krim yang lembut dan mudah meleleh. Indikator kualitas produk dapat membantu konsumen dalam mengukur dan menganalisa kualitas mutu dari produk tersebut. Indikator kualitas produk adalah ukuran yang dapat digunakan dalam mengevaluasi sejauh mana produk tersebut memenuhi standar tertentu. Menurut Lupiyoadi (2015), indikator kualitas produk adalah:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. **Kinerja (*performance*)** adalah dimensi yang paling dasar yang berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi ini tidak terpenuhi. *Performace* pada setiap produk berbeda-beda tergantung fungsional value yang dijanjikan perusahaan.
2. **Keandalan (*reliability*)** adalah dimensi kualitas produk yang kedua. Dimensi *performance* dan *reliability* secara sepintas tampak mirip tetapi memiliki perbedaan yang jelas. *Reliability* menunjukkan probabilitas atau kemungkinan produk berhasil menjalankan fungsi fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu.
3. **Fitur (*feature*)** dapat dikatakan sebagai aspek sekunder. Fitur adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk. Karena perkembangan *feature* hampir tidak terbatas jalannya dengan perkembangan teknologi, maka *feature* menjadi target inovasi para produsen untuk memuaskan konsumen.
4. **Daya Tahan (*durability*)** adalah keawetan menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Produk disebut awet kalau sudah berulang kali digunakan atau sudah lama sekali digunakan. Yang pertama adalah awet secara teknis dan yang kedua adalah awet secara waktu. Bagi konsumen, awet secara waktu lebih mudah dimengerti karena sebagian besar produk yang menjanjikan



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keawetan lebih menonjolkan keawetan dalam hal waktu. Tingkat kepentingan dimensi ini berbeda untuk target pasar yang berbeda sangat mungkin terjadi pergeseran dari waktu ke waktu karena perubahan pasar dan persaingan.

5. **Kesesuaian (*conformance*)** menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu. Produk yang memiliki *conformance* yang tinggi berarti sesuai dengan standar yang telah ditentukan. Salah satu aspek dari *conformance* adalah konsistensi.

## 2.3 Kemasan

### 2.3.1 Pengertian Kemasan

Kemasan merupakan kegiatan untuk merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Kemasan yang menarik akan mendapatkan nilai positif dari para konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk serta mutunya yang hampir sama. Perbedaan tersebut akan dapat dilihat dari label yang umumnya pada bungkus produk (Rahmad 2021).

Menurut Kotler & Keller (2016) kemasan adalah bisnis yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan penjualan. Dhurup et al. (2014) berpendapat bahwa kemasan adalah suatu wadah atau pembungkus (*wrapper*) untuk suatu produk. Kemasan dapat membangun loyalitas merek serta mendorong penjualan apabila dirancang dengan baik, karena bagian pertama produk yang dilihat oleh konsumen adalah kemasan.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebuah kemasan mampu untuk mempengaruhi konsumen baik memikat atau menyingkirkan konsumen. Perusahaan berusaha keras untuk memberikan kesan yang baik kepada konsumen pada kemasan produk, dan berusaha membedakannya dari kemasan produk sejenis lainnya sehingga konsumen dapat membedakan antara produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut dan yang diproduksi oleh perusahaan pesaing. Kemasan produk yang menarik akan lebih mudah untuk diingat dan diperhatikan konsumen (Sutanto 2020).

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa kemasan merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan perusahaan untuk melindungi isi produk dan kemasan juga sebagai identitas tersendiri dari produk perusahaan lain.

### 2.3.2 Fungsi Kemasan

Fungsi kemasan tidak hanya digunakan sebagai bahan pembungkus produk saja, melainkan juga dapat digunakan secara luas. Berikut merupakan fungsi kemasan menurut Dewi (2018):

#### 1. *Self service*

Fungsi dari sebuah kemasan semakin beragam dalam persaingan di dalam pasar yakni harus menarik, menyebutkan bahan dari produk, memberi kesan serta meyakinkan konsumen tentang produknya.

#### 2. *Consumer offluence*

Konsumen tidak akan ragu membayar biaya tinggi untuk kenyamanan, keandalan, tampilan, dan prestise kemasan berkualitas tinggi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. *Company and brand image*

Kemasan yang dirancang dengan baik memberikan kekuatan bagi perusahaan, karena dengan demikian konsumen akan dengan mudah dan cepat untuk mengenali perusahaan atau merek produk.

### 4. *Inovational opportunity*

Kemasan yang unik dan inovatif membawa manfaat bagi produsen dan konsumen.

Tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, kemasan juga memiliki beberapa fungsi lain yaitu untuk melindungi isi produk agar terlindung dari gangguan fisik seperti benturan, gesekan dan getaran pada saat pengiriman. Kemasan mampu untuk menarik konsumen sehingga meningkatkan citra produk. Sebuah kemasan belum bisa dikatakan baik apabila tidak memenuhi suatu kriteria tertentu

#### 2.3.3 Indikator kemasan

Indikator kemasan yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan, logo, warna dan ukuran yang merujuk pada Kotler and Keller (2018).

##### 1. **Bahan**

Terdapat beberapa macam bahan yang digunakan untuk kemasan, diantaranya: Kertas, botol, aluminium foil, plastik dan logam.

##### 2. **Logo**

Merek dagang atau logo perusahaan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kemasan contohnya komunikatif, identitas simbol.

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. **Warna**

Konsumen melihat warna jauh lebih cepat dari pada melihat bentuk atau rupa, dan warnalah yang pertama kali produk dipajangkan.

### 4. **Ukuran**

Ukuran kemasan tergantung pada jenis produk yang dibungkusnya, baik untuk ukuran panjang, lebar, maupun tipis dan tebalnya kemasan.

## 2.4 **Varian Produk**

### 2.4.1 **Pengertian Varian Produk**

Menurut Armstrong varian produk adalah elemen individu dalam kelompok atau produk tertentu yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, item, fitur, warna, atau atribut lainnya . Menurut Listiyorini, variasi produk mengacu pada rangkaian produk yang dapat dinilai baik berdasarkan penampilan, kualitas, ukuran, dan proses pembuatannya. (Patty 2022) Keragaman atau varian produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan.

Keragaman Produk menurut Vinci dalam Indrasari (2019) adalah suatu proses perencanaan dan pengendalian ragam produk dalam satu kelompok. Salah satu unsur kunci dalam persaingan diantara bisnis eceran adalah ragam produk yang disediakan oleh pengecer. Menurut Asep dalam Indrasari (2019) Keragaman produk adalah kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sangat bervariasi, sehingga memberikan banyak pilihan kepada konsumen dalam proses belanja.

### 2.4.2 Indikator Varian Produk

Dapat dilihat indikator terkait dengan varian produk menurut Kotler dan Keller (2018) yaitu:

#### 1. Harga

Harga adalah sejumlah uang yang memiliki nilai tukar untuk memperoleh keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk. Harga dari suatu produk dapat berbeda beda sesuai dengan varian produk itu sendiri.

#### 2. Tampilan

Tampilan adalah segala sesuatu yang di perlihatkan kepada konsumen untuk menarik konsumen agar konsumen dapat melakukan keputusan pembelian.

#### 3. Ukuran

Konsumen akan membeli sesuai kebutuhan dan selernya sehingga dengan menyediakan berbagai macam ukuran seperti small, medium, dan large dapat memberikan konsumen pilihan sehingga konsumen akan memilih sesuai kebutuhan yang diharapkannya.

#### 4. Ketersediaan Produk

Ketersediaan produk menjadi hal penting yang harus diperhatikan perusahaan yang dimana dengan selalu tersedianya produk maka konsumen akan selalu dapat memenuhi permintaannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.5 Keputusan Pembelian

### 2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam Reni Ernawati menyatakan bahwa Keputusan pembelian tidak terlepas dari bagaimana cara konsumen melalui beberapa tahap yaitu mengetahui masalah yang dihadapi sampai terjadinya transaksi pembelian konsumen. Dari penjelasan diatas, dapat kita simpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan membeli barang maupun jasa. Menurut Maharani (2015) keputusan pembelian adalah proses memilih di antara berbagai pilihan dan menyelesaikan masalah konsumen sehingga dapat dievaluasi untuk menetapkan usaha selanjutnya.

### 2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian

Indikator dari keputusan pembelian merupakan faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi konsumen dalam proses pengambilan hasil keputusan pembelian pada suatu produk atau jasa. Perilaku konsumen, sikap, persepsi merupakan salah satu hal yang dipengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian.

Indikator keputusan pembelian juga merupakan kriteria yang dapat digunakan konsumen untuk memperkirakan produk atau merek sebelum memutuskan untuk membeli. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat beberapa indikator dalam keputusan pembelian, diantaranya :

#### 1. Pilihan Produk

Untuk mengambil keputusan, konsumen dapat memilih untuk membeli produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Hal tersebut,

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam perusahaan harus mampu memusatkan perhatian kepada konsumen yang ingin membeli produk serta alternatif lain yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen.

## **2. Pilihan Merek**

Konsumen dapat mengambil keputusan mengenai merek apa yang akan mereka beli karena setiap merek memiliki perbedaannya masing-masing. Dalam hal ini, perusahaan harus mengetahui bagaimana cara konsumen dalam memilih dan menentukan sebuah merek.

## **3. Pilihan Penyalur**

Konsumen harus dapat menentukan mengenai penyalur mana yang akan mereka kunjungi. Pilihan setiap konsumen dalam menentukan penyalur berbeda-beda dikarenakan faktor harga, lokasi, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan tempat, dan lain-lain.

## **4. Waktu Pembelian**

Keputusan konsumen dalam memilih waktu pembelian berbeda beda.

## **5. Jumlah Pembelian**

Konsumen dapat memutuskan seberapa banyak produk yang akan mereka beli. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal tersebut, perusahaan harus mampu mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan konsumen.

## **6. Metode Pembayaran**

Konsumen dapat menentukan mengenai metode pembayaran yang dilakukan dalam pengambilan keputusan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2.6 Pandangan Islam Terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah fase dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli suatu produk.

Proses pengambilan keputusan ini melibatkan lima tahap umum:

### 1. Pengenalan Masalah

Dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan, baik itu dipicu oleh faktor internal (kebutuhan pribadi) atau eksternal (pengaruh dari produk serupa yang digunakan orang lain sesuai kebutuhan).

### 2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tertarik dapat mencari informasi lebih lanjut atau tidak, tergantung seberapa kuat dorongan mereka dan ketersediaan produk yang memenuhi kebutuhan mereka. Informasi dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti teman, keluarga, media massa, iklan, atau pengalaman langsung.

### 3. Evaluasi Alternatif

Konsumen mengevaluasi berbagai alternatif produk berdasarkan keyakinan dan sikap mereka. Ini melibatkan mencari manfaat tertentu dari produk, melihat produk sebagai kumpulan atribut yang berpotensi memberikan manfaat, dan mempertimbangkan solusi yang paling memuaskan kebutuhan.

### 4. Keputusan Pembelian



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setelah evaluasi, konsumen memutuskan apakah akan membeli produk atau tidak. Faktor seperti preferensi merek, harga, dan situasi tertentu dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

## 5. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah pembelian, konsumen mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Hal ini mempengaruhi perilaku berikutnya, di mana konsumen yang puas cenderung membeli lagi dan memberikan umpan balik positif, sementara konsumen yang tidak puas mungkin tidak akan membeli lagi atau mencari informasi tambahan untuk mengatasi ketidakpuasan.

Dalam Islam, konsep pengambilan keputusan juga mencakup aspek-aspek seperti kehati-hatian dalam menerima informasi, memilih produk halal, dan tujuan konsumsi untuk mencapai manfaat dan keberkahan sesuai dengan ajaran agama. Ayat-ayat dalam Al-Qur'an, seperti surat Al-Hujurat ayat 6 (Qur'an.nu n.d.):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا  
فَعَلْتُمْ نَدِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, jika seorang fasik datang kepadamu membawa berita penting, maka telitilah kebenarannya agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena ketidaktahuan(-mu) yang berakibat kamu menyesali perbuatanmu itu.

Berdasarkan ayat tersebut, diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi. Ketika kita tidak mempunyai pengetahuan tentang hal tersebut maka sebaiknya periksa dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

teliti terlebih dahulu. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat Islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk (Raden Intan 2015).

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
1	Dra. Eros Rosmiati, MM, Ignatius Erik Sapta Yanuar, S.Hum, Arna Roselina Ambarita, S.M (2023)  Jurnal : Administrasi dan Manajemen	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap	Independen: (X1) Kualitas Produk Dependen: (Y1) Keputusan Pembelian	Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap
	Anggi Siti Hartinah, Syahrul Alim, Kurbandi Satpatmantya BR (2023)  Jurnal : Journal of Management & Business Vol. 6, No. 2	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Generasi Z terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea	Independen : (X1) Kualitas Produk, (X2) Harga, (X3) Gaya Hidup Dependen : (Y1) Keputusan Pembelian	Secara parsial Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Generasi Z Berpengaruh Positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue Ice Cream and Tea.
	Siti Munawaroh (2017)	Pengaruh Merek, Harga dan Kualitas Produk	Independen : (X1) Merek, (X2) Harga ,	Variabel Merek, Harga, dan Kualitas produk secara simultan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
	Jurnal : Administrasi Bisnis	Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh 2 Daun di Plaza Mulia Samarinda	(X3) Kualitas Produk Dependen : (Y1) Keputusan Pembelian	berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian
4	Kus Indah Rohits Oktavia, Joko Samboro (2023)  Jurnal : Administrasi dan Bisnis Vol. 17, No. 1	Pengaruh Sertifikasi halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk mixue Ice Cream & Tea Soekarno Hatta Malang	Independen : (X1) Serifikasi Halal, (X2) Kualitas produk Dependen : Keputusan Pembelian	Variabel Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada Mixue Ice Cream & Tea di Soekarno Hatta Malang.
5	Haerunisah, Hj. Erviva Fraiantin, Putri Reno Kemala Sari (2023)  Jurnal : Ilmiah Manajemen Vol. 1, No. 2	Pengaruh <i>Brand</i> , <i>Packaging</i> , dan <i>Price</i> terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue Airlangga di Kota Mataram	Independen : (X1) Brand, (X2) Packaging, (X3) Price Dependen : (Y1) Keputusan Pembelian	-Variabel <i>Brand</i> & <i>Price</i> diterima terhadap keputusan pembelian ice cream Mixue Airlanggadi Kota Mataram -Variabel <i>Packaging</i> ditolak terhadap Keputusan Pembelian ice cream Mixue Airlangga di Kota Mataram
	Ummu Kalsum, Sudarto Usuli (2021)  Jurnal : Ekomen	Pengaruh Variasi Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada	Imdependen : (X1) Variasi Produk, (X2) Iklan Dependen :	Hasil dari penelitian ini variabel Variasi Produk dan variabel Iklan secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
7	Vol. 2, No.1	Minuman Boba <i>Brown Sugar Gar_Fresh</i>	(Y1) Keputusan Pembelian	simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Minuman Boba <i>Brown Sugar Gar_Fresh</i>
7	Hery Winoto Tj (2020)  Jurnal : Ilmiah Indonesia Vol. 5, No. 12	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Minuman Boba yang Dimediasi dengan Strategi Promosi	Independen : (X1) Kualitas Produk (X2) Harga Dependen : (Y) Keputusan Pembelian	Hasil dari penelitian ini Kualitas produk dan Harga signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan dimediasi oleh strategi promosi
8	Willy, Siti Nurjanah (2019)  Jurnal : Ilmu Manajemen Vol. 9, Issue.2	Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa terhadap Minat Beli yang berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi	Independen : (X1) Kemasan Produk, (X2) Rasa Dependen : (Y) Keputusan Pembelian	Hasil dari penelitian ini bahwa kemasan produk dan rasa produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli dan keputusan beli pelanggan minuman energi
9	Eka Sofia Anisa, Prihartini Budi Astuti (2023)  Jurnal : Ilmiah Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi Vol. 5, No. 2	Pengaruh <i>Brand Image, Product Quality</i> dan <i>Product Variation</i> Terhadap <i>Purchase Decision</i> pada Chatime di Kabupaten Kebumen	Independen : (X1) <i>Brand Image</i> , (X2) <i>Product Quality</i> , (X3) <i>Product Variation</i> Dependen : (Y) <i>Purchase Decision</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>brand image, product quality</i> dan <i>product variation</i> berpengaruh signifikan terhadap <i>purchase decision</i> .



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

NO	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Variable Penelitian	Hasil Penelitian
10	Sunarsih, Sri Ernawati (2018)  Jurnal : Cahaya Mandalika	Pengaruh Citra Merek, Variasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Es Teh Indonesia Cabang Bima	Independen : (X1) Citra Merek, (X2) Variasi Produk, (X3) Harga  Independen : (Y) Keputusan Pembelian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Es teh Indonesia cabang Bima dan untuk Variasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada es teh Indonesia cabang Bima.

## 2.8 Kerangka Pemikiran

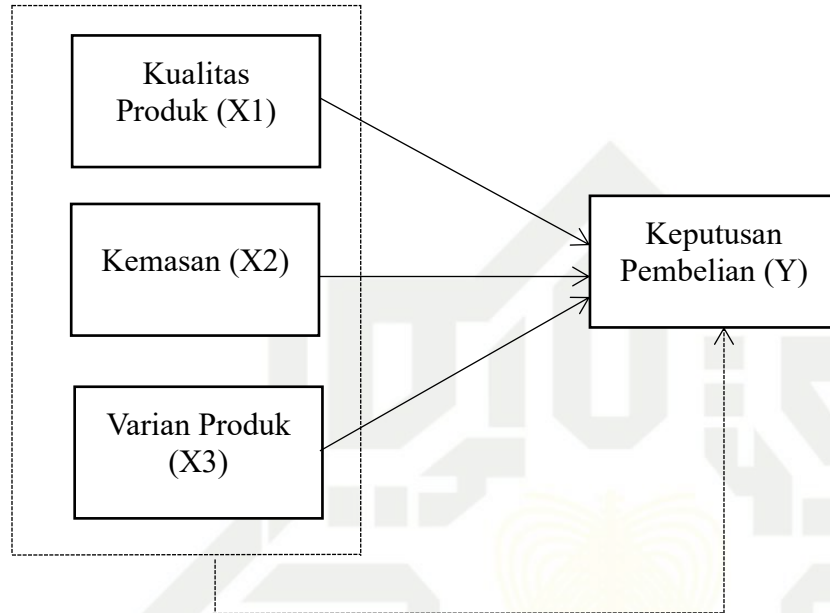
Kerangka pemikiran adalah model konseptual yang menunjukkan bagaimana teori terkait dengan berbagai faktor yang dianggap masalah penting. Kerangka pemikiran yang baik akan secara teoritis menjelaskan keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen. Hubungan antara variabel tersebut, selanjutnya dirumuskan ke dalam bentuk paradigma penelitian. oleh karena itu pada setiap penyusunan paradigma penelitian harus berdasarkan pada kerangka berpikir. (Sugiyono, 2018)

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:

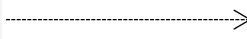

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**



Keterangan :

-  = Pengaruh secara simultan
-  = pengaruh secara parsial

Kerangka pemikiran pada penelitian ini untuk melihat keterkaitan antara variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Kemasan (X2) dan Varian Produk (X3) dengan variabel terikat yaitu Keputusan Penelitian (Y).

## 2.9 Konsep Operasional Variabel

Menurut (Sugiyono 2019) Definisi operasional variabel penelitian adalah penentuan cara atau prosedur untuk mengukur atau mengamati suatu konsep sehingga diperoleh informasi yang dapat digunakan untuk menarik kesimpulan tentang hal tersebut. Konsep operasional variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 2.2 Definisi Konsep Operasional Variabel**

No.	VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	Skala
1.	Kualitas Produk (X1)	Menurut Amstrong dan Kotler Kualitas Produk adalah ketahanan suatu produk dapat melakukan fungsinya. Kualitas produk merupakan daya tampung yang dimiliki dari suatu produk dimana fungsinya meliputi proses dan peningkatan produk yang bernilai lainnya agar memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen.	1. Kinerja ( <i>performance</i> ) 2. Keandalan ( <i>reliability</i> ) 3. Fitur ( <i>feature</i> ) 4. Daya Tahan ( <i>durability</i> ) 5. Kesesuaian ( <i>conformance</i> )	Skala Likert
2.	Kemasan (X2)	Menurut Kotler & Keller kemasan adalah bisnis yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan penjualan.	1. Bahan 2. Logo 3. Warna 4. Ukuran	Skala Likert
3.	Varian Produk (X3)	Menurut Armstrong varian produk adalah elemen individu dalam kelompok atau produk tertentu yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, item, fitur, warna, atau atribut lainnya.	1. Harga 2. Tampilan 3. Ukuran 4. Ketersediaan Produk	Skala Likert
4.	Keputusan Pembelian (Y)	Kotler dan Keller berpendapat bahwa yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah Suatu proses	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur	Skala Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No.	VARIABEL	DEFINISI VARIABEL	INDIKATOR	Skala
		penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisis atau mengenali kebutuhan dan keinginan, mencari informasi, mengevaluasi sumber daya yang tersedia, memilih alternatif pembelian, membuat keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.	4. Waktu Pembelian 5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	

## 2.10 Hipotesis

### 2.10.1 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Aldini Nofta Martini, Ahmad Feriyansyah, Sella Venanza (2021) bahwa Kualitas Produk pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pendapat tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Monalisa (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk yang dianggap baik oleh konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian terjadi ketika konsumen telah memilih produk yang sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Ini adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

benar melakukan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ada hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian.

H1: Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada masyarakat Kota Pekanbaru.

### 2.10.2 Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Tunky & Kohardinata (2016) menyebutkan bahwa kemasan adalah satu kesatuan antara bentuk, warna, jenis huruf, material, dan grafis yang dijadikan sebagai nilai tambah produk agar konsumen mudah mengambil keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang telah dilakukan oleh Rachmawati (2019) yang menyatakan bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Kapoor et al (2019) bahwa kemasan memainkan peran penting sebagai bagian integral dalam pemasaran merek di kalangan anak muda sehingga kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Kemasan dengan keputusan pembelian.

H2: Diduga Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada masyarakat Kota Pekanbaru.

### 2.10.3 Pengaruh Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dwi Warni Wahyuningsih (2019) Pengaruh variabel Varian Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang signifikan. Ini berarti bahwa setiap varian produk tambahan yang dibuat oleh perusahaan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Menurut Gigih Afriadi

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Permana dan Yosi Afandi (2021) Variasi produk merupakan hal yang penting untuk mempengaruhi konsumen di dalam keputusan pembelian, apabila produk yang di jual sesuai dengan keinginan sehingga hasil penelitiannya menunjukkan bahwa variabel Varian produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Varian Produk dengan keputusan pembelian.

H3: Diduga Varian Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada masyarakat Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dimulai pada bulan Desember 2023 hingga selesai.

#### 3.2 Populasi dan Sampel

##### 3.2.1 Populasi

Menurut (Sugiyono 2018) , populasi merupakan generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang dicatat oleh peneliti sehingga dapat dipelajari dan selanjutnya digunakan untuk mengidentifikasi kecenderungan. Adapun populasi dari penelitian pengaruh kualitas produk, kemasan dan varian produk terhadap keputusan pembelian mixue ice cream di kota pekanbaru adalah masyarakat kota Pekanbaru yang pernah membeli produk Mixue Ice Cream and Tea tetapi jumlah populasi penelitian yang tidak di ketahui secara pasti.

##### 3.2.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018) ukuran sampel digambarkan sebagai kuantitas dan karakteristik populasi tersebut . Jika populasinya populasi besar, peneliti mungkin tidak dapat mempelajari semua yang ada dalam populasi. Dalam penelitian ini riset, *purposive sampling* adalah teknik yang digunakan untuk penyiapan sampel, dan *accidental sampling* adalah cara yang digunakan untuk penyiapan sampel yang dilakukan secara tidak sengaja

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan mengumpulkan tanggapan yang dianggap ada di lokasi yang sesuai dengan lokasi penelitian menurut Notoatmodjo (Kumaran.com 2021).

Sehingga dalam teknik *accidental sampling* ini peneliti mengambil responden pada konsumen yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti, dan bila di pandang orang tersebut cocok sebagai sumber data dengan memenuhi syarat sampel yaitu :

1. Masyarakat Kota Pekanbaru yang pernah berbelanja dan mengkonsumsi produk Mixue Ice Cream and Tea minimal 1 kali di Kota Pekanbaru.
2. Peneliti hanya meneliti konsumen yang berumur 15-40 tahun agar penelitian lebih efisien dan efektif, serta tidak meluas agar data yang dihasilkan lebih spesifik dan lebih mendalam seperti yang diharapkan.

Penelitian yang memiliki wilayah populasi yang besar, dapat mempersulit peneliti dalam pengumpulan data sehingga memerlukan teknik pengumpulan sampel. Teknik pengambilan sampel harus dilakukan dengan tepat dan dapat mewakili atau *representatif* bagi populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel akan berhubungan dengan penentuan jumlah sampel (Sugiyono 2019). Dimana penentuan jumlah sampel dengan menggunakan formula *lemeshow*:

$$n = \frac{Z^2XP(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

z= Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel. Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96P



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$p = \text{maksimal estimasi} = 0,5$

$d = \text{Margin of Error}$  yaitu tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditolerin.

Alpha 0,10 atau *sampling error* 10%

Persamaan diatas merupakan rumus baku apabila jumlah populasi tidak diketahui. Jika derajat kepercayaan sebesar 95% dan *sampling error* sebesar 10% dan jumlah sampel sebesar 1,96 maka :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{(0,10)^2}$$

$$n = 96,04 \text{ sampel (100)}$$

### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan untuk analisis dalam penelitian ini dikumpulkan dari sumber data primer dan data sekunder dengan ketentuan sebagai berikut:

#### 3.3.1 Data primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2018). Dalam konteks ini, data primer diperoleh melalui penggunaan kuesioner yang diisi oleh responden yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam membeli produk Mixue Ice Cream and Tea di Kota Pekanbaru.

#### 3.3.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Data sekunder merujuk pada informasi yang sudah ada sebelumnya dan diperoleh dari hasil penelitian atau sumber lain yang kemudian dianalisis ulang sebagai pelengkap terhadap data primer atau objek yang sedang diteliti (Sugiyono, 2018). Sumber data sekunder ini dapat berasal dari berbagai dokumen, buku, laporan, atau publikasi ilmiah lainnya yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada 4 Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

#### 3.4.1 Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran. Menurut Nana Sudjana observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti (Sugiyono, 2018). Teknik ini merupakan teknik mengumpulkan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung ke objek penelitian.

#### 3.4.2 Kuesioner

Teknik ini merupakan teknik yang berbentuk daftar pernyataan tertulis yang akan ditunjukkan kepada responden agar peneliti mendapatkan pandangan konsumen terhadap objek peneliti (Anggi Siti Hartinah, Syahrul Alim 2023). Menurut Sugiyono kuesioner merupakan teknik untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, di mana responden akan menjawab pertanyaan atau pernyataan dengan menggunakan jawaban yang telah ditentukan sebelumnya, seperti :

1. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan nilai 1
2. Tidak Setuju (TS) dengan nilai 2
3. Netral (R) dengan nilai 3
4. Setuju (S) dengan nilai 4
5. Sangat Setuju (SS) dengan nilai 5

Di penelitian ini, peneliti memberikan kuesioner via online melalui berbagai media dan offline dengan mengunjungi gerai Mixue di Kota Pekanbaru dengan tujuan untuk mengetahui pendapat responden mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Konsumen Mixue Ice Cream and Tea.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kuantitatif yaitu suatu cara yang dapat menghasilkan dan menjelaskan hasil penelitian yang ada dengan menggunakan persamaan rumus matematis dan menghubungkannya dengan teori yang ada, sehingga dapat ditarik kesimpulan.

Analisis data menggunakan analisis kuantitatif, untuk melihat apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea pada studi masyarakat Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 3.6 Uji Kualitas Data

#### 1. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur yang kita gunakan mampu mengukur apa yang kita ingin ukur dan bukan mengukur yang lain sehingga hasil ukurnya valid. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang telah diisi oleh responden. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut secara riil (Ghozali 2018).

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (*correlated item total correlations*) dengan nilai  $r$  tabel. Jika nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel dan bernilai positif maka pertanyaan atau pernyataan tersebut dapat dikatakan valid atau sah. Uji Validitas dapat dikatakan valid apabila signifikan  $< 0,05$  atau 5 % sehingga apabila nilai signifikansinya sebesar 0,05 berarti data tersebut dinyatakan valid.

#### 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk menguji ke konsistenan jawaban responden atas pertanyaan di dalam kuesioner. Suatu kuisioner dikatakan *reliable* jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuisioner dikatakan *reliable* (layak) jika Cronbach's alpha  $> 0,6$  dan dikatakan tidak *reliable* (layak) jika cronbach's alpha  $< 0,6$ . (Ghozali 2018).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3.7 Uji Asumsi Klasik

Dalam penggunaan analisis korelasi agar menunjukkan hubungan yang valid atau tidak bisa maka perlu pengujian asumsi klasik pada model regresi yang digunakan.

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi, variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Jika suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik dapat mengalami penurunan. Pada uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* yaitu dengan ketentuan apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 maka data memiliki distribusi normal. Sedangkan jika hasil uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* menghasilkan nilai signifikan dibawah 5% atau 0,05 maka data tidak memiliki distribusi normal (Ghozali 2018).

#### 2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*Independen*). Untuk menguji Multikolinieritas adalah dengan menggunakan *variance inflation factor (VIF)* yang merupakan kebalikan dari toleransi. Bila korelasi kecil artinya menunjukkan nilai *VIF* akan besar dan bila  $VIF < 10$  maka dianggap tidak terjadi multikolinieritas serta bila  $VIF > 10$  terjadi persoalan multikolinieritas diantara variabel bebas (Ghozali 2018).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual antar pengamatan. Jika varians dari residual tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, kondisi ini disebut homoskedastisitas. Sebaliknya, jika terjadi perbedaan varians dari residual antar pengamatan, hal ini disebut heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (seperti keputusan pembelian) dengan residualnya, serta mengamati pola-pola tertentu pada grafik scatter plot.

Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga varians residualnya tetap atau homoskedastis. (Ghozali 2018).

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang kuat, baik positif maupun negatif, antara data pada variabel-variabel penelitian dalam sebuah model regresi linier. Pada data cross section, uji autokorelasi dapat dilakukan menggunakan uji Durbin-Watson. Jika hasil uji Durbin-Watson mendekati 2, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi yang signifikan. Uji autokorelasi juga berguna untuk mengetahui adanya hubungan antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan dalam time series yang tersusun pada waktu yang berbeda. Salah satu uji yang umum digunakan untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji Durbin-Watson. Kriteria sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Jika angka DW dibawah -2, berarti ada autokorelasi.
- b. Jika angka DW diantara, -2 sampai 2, berarti tidak ada autokorelasi.
- c. Jika angka DW diatas 2, berarti ada autokorelasi negative.

### 3.8 Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen untuk mempengaruhi variabel dependen, sehingga estimasi menjadi lebih akurat. Regresi ini menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel-variabel tersebut, serta mengukur arah hubungan antara variabel dependen dan variabel independen. Hubungan ini dapat dijelaskan sebagai sebab-akibat, di mana variabel independen (X) mempengaruhi variabel dependen (Y). (Ghozali 2018). Berikut merupakan rumus metode analisis regresi berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X1 = Kualitas Produk

X2 = Kemasan

X3 = Varian produk

e = Nilai Residu

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub> = koefisien regresi

### 3.9 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis adalah prosedur yang dilakukan untuk memutuskan apakah menerima atau menolak hipotesis mengenai parameter populasi. Dalam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan uji secara parsial (Uji T), uji simultan (Uji F), dan koefisien determinasi. ( $R^2$ ).

a. Uji Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing variabel independen (Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk) secara parsial terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian). Untuk menentukan nilai t-tabel, tingkat signifikan yang digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*)  $df = (n - k)$  dimana n adalah jumlah observasi, k adalah variabel termasuk konstanta, dengan kriteria uji yang digunakan adalah:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Sig  $< \alpha$  maka :

Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream and Tea di Kota Pekanbaru.

2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  Sig  $> \alpha$  maka :

Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream and Tea di Kota Pekanbaru.

b. Uji Secara Simultan ( Uji F)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah semua variabel independen (X1: Kualitas produk, X2: Kemasan, X3: Varian Produk) yang dimasukkan kedalam model secara simultan atau



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (y: Keputusan Pembelian). Analisis uji F dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Sebelum membandingkan nilai F, harus ditentukan tingkat kepercayaan  $(1-\alpha)$  dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) =  $n - (k+1)$  agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Menentukan  $F_{tabel}$  dan  $F_{hitung}$  dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5% ( $\alpha=0,05$ ) dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ ,  $Sig < \alpha$ , maka:

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream and Tea di Kota Pekanbaru.

2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ ,  $Sig > \alpha$ , maka :

$H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara variabel Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream and Tea di Kota Pekanbaru.

### 3.9.1 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu diantara 0 dan 1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Kriteria untuk analisa koefisien determinasi adalah:

1. Jika koefisien determinasi mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independen (Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) lemah.
2. Jika koefisien determinasi mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen (Kualitas Produk, Kemasan, Varian Produk) terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian) kuat.

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Karena variabel independen pada lebih dari 2, maka koefisien determinan yang digunakan adalah *Adjusted R Square*. Dari determinan ( $R^2$ ) ini dapat diperoleh nilai untuk mengukur besarnya sumbangan dari beberapa variabel X terhadap variasi naik turunnya variabel Y yang biasanya dinyatakan dalam persentase (Ghozali 2018).

Untuk melihat tingkat kekuatan dari hubungan antara variabel, dapat merujuk pada ketentuan berikut :

**Tabel 3.1 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
0.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB IV

### GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

#### 4.1 Profil Perusahaan

Zhang Hongchao adalah seorang mahasiswa di Universitas Keuangan dan Ekonomi Henan pada tahun 1997, Zhang Hangchao bekerja paruh waktu di kios minuman dingin Tiongkok untuk meringankan ekonomi keluarga. Pekerjaan tersebut membuatnya termotivasi untuk membuka usaha sendiri. Pada usia 21 tahun, Zhang Hongchao memberanikan diri untuk meminjam uang kepada neneknya dan memulai bisnisnya dengan menjual es serut di kampung halamannya di kota Zhengzhou, China Tengah. Dengan bermodalkan 4000 RMB atau setara dengan Rp.7.000.000 ia memulai bisnisnya dengan menjual beragam rasa es serut, es krim, smoothie, dan kemudian menjual teh susu mutiara.

Perjuangan usahanya mengalami kebangkrutan hingga memutuskan untuk menutup kedai pertamanya. Tetapi hal tersebut tidak membuat Zhang Hongchao putus asa, pada tahun 1999 ia kembali membuka gerai es kedua yang ia beri nama *Mixue Bingcheng* yang artinya "istana es yang dibangun dengan salju yang manis".

Zhang Hongchao memulai bisnis keduanya yaitu Mixue ke produk es krim berawal dari menjamurnya produk kerucut es krim sajian lembut di kota Zhengzhou sejak 2006. Harga es krim yang ditawarkan semakin meningkat karena popularitas es krim jenis ini membuat Zhang memformulasikan ulang resep es krim yang dapat dijual dengan harga tak sampai 20% dari produk sejenis.



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesuksesannya dalam menjual es krim membuat ia memutuskan untuk memulai bisnis waralaba sejak 2008.

Dari tahun 2010 Mixue mulai berdiri sebagai perusahaan sendiri dengan mengembangkan skema waralaba ke wilayah lainnya di seantero Tiongkok. Mixue juga melaksanakan pusat penelitian dan pengembangan di wilayah Henan. Mixue mendirikan pusat pergudangan dan logistik tujuannya untuk memperkecil biaya rantai produksi, sehingga perusahaan dapat menjalankan aktivitas dengan efektif.

Di Indonesia, Mixue melalui PT. Zhisheng Pacific Trading mulai membuka gerai pertama di pusat perbelanjaan Cihampelas Walk pada Maret 2020 dan terus berekspansi melalui skema waralaba di wilayah lainnya di Pulau Jawa, Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, dan Nusa Tenggara dengan 2 jenis franchise yaitu franchise Mixue di Ibu Kota Provinsi dengan modal +- Rp.380jt dan franchise Mixue di Kota/Kabupaten dengan modal +- Rp.374jt.

Menurut laporan Momentum Works, perusahaan ice cream Mixue salah satu franchise tersukses didunia dengan jumlah gerai 21.582 per oktober 2022, besaran jumlah tersebut bahkan dapat mengalahkan jumlah gerai brand ternama seperti Burger King dan Domino's Pizza. Sampai saat ini Mixue telah tersebar luas di negara Indonesia hingga kurang lebih 10.000 gerai. Mixue merupakan jenis waralaba produk yang menawarkan produk minuman dengan berbagai macam varian produk.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Mixue memiliki Visi dan Misi sebagai berikut :

### 4.2.1 Visi

Ringkas dan berdedikasi, kami berusaha untuk menjadi bisnis terhormat yang berkembang lebih dari 100 tahun.

### 4.2.2 Misi

Memperkuat merek kami. Memperkaya mitra kami. Membawa produk berkualitas tinggi dan terjangkau untuk semua orang di seluruh dunia.

## 4.3 Logo Mixue

Gambar 4.1 Logo Mixue



Logo mixue menggambarkan karakter yang lucu diberi nama Snow King. Snow King hadir sejak tahun 2018 yang dijadikan sebagai boneka salju dengan wajah yang imut dan lucu yang memegang tongkat es krim. Di sisi lain, karakter dari logo Mixue ini disebut-sebut sebagai malaikat pencari ruko kosong. Hal tersebut disebabkan karena keberadaan Mixue Mantra Snow King yang memikat



#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

adalah “I Love You. You Love Me. Mixue Ice Cream and Tea” yang berarti “ Aku Cinta Kamu. Kamu Cinta Aku. Mixue Es Krim dan Teh”.

#### 4.4 Bahan Baku Pembuatan Mixue

Bahan-bahan pembuatan ice cream dan titik kritis atau berpotensi ada kandungan yang membuatnya haram. Dilansir dari laman Halal MUI, ice cream masuk ke dalam produk olahan susu. Oleh karena itu ice cream mengandung bahan-bahan antara lain:

1. Lemak susu.
2. Bahan pada non lemak susu seperti laktosa (karbohidrat), *casein* dan *whey* (Protein), dan mineral dalam bentuk *sodium citrate* dan *disodium phosphate*.
3. Perasa atau pemanis.
4. Stabilizer seperti *gum*, *carrageenan*, *CMC*, *sodium alginate*, dan gelatin.
5. Emulsifier seperti kuning telur, *monogliserida*, *digliserida*, dan *polysorbate*.

Bahan-bahan yang menjadi titik kritis atau memiliki potensi haram adalah laktosa, whey protein concentrate, casein, gelatin, mono-/di gliserida, polysorbate, dan rasa. Bahan-bahan tersebut pada umumnya bisa didapat dari lemak atau produk hewani dan nabati. Jika didapat dari produk hewani, maka harus dipastikan tidak berasal dari hewan haram dan telah disembelih secara Islami.

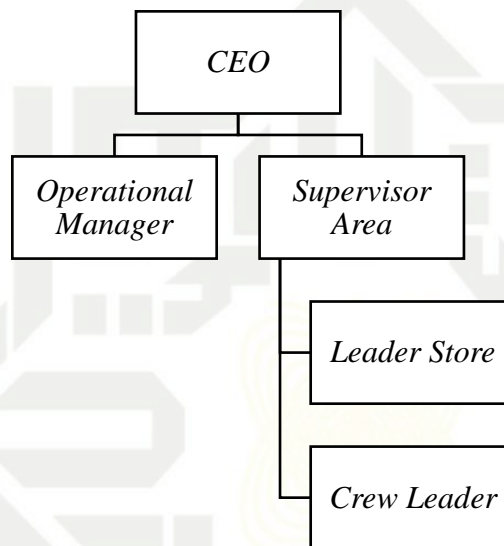
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 4.5 Struktur Organisasi

Untuk mengelola sumber daya manusia, Mixue memiliki strategi untuk mengelompokkan ke dalam beberapa bagian berdasarkan fungsi dan tanggung jawab nya. Struktur organisasi Mixue dapat dilihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 4.2 Struktur Organisasi**



Mixue dipimpin oleh seorang CEO yang membawahi :

### 1. Operational Manager

Wewenang dari operasional manajer memegang supervisor area yang tugasnya yaitu memegang operasional produk di suatu kota khususnya yang berada di Indonesia.

### 2. Supervisor Area

Mengontrol operasional setiap *store* dan *supervisor* tersebut memegang *store leader*.



### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### 3. Leader Store

Mengontrol sebuah *store* baik dari *sales*, *service*, dan keseluruhan menjadi tanggung jawab *area store* tersebut, yang memegang operasional keseluruhan di setiap *store* atau cabang *store*.

### 4. Crew Leader

Sebagai *back up leader store* apabila *leader store* tidak ada di tempat atau pengganti *leader store*.

## 4.6 Sejarah Kota Pekanbaru

Kota Pekanbaru dikenal sebagai kota perdagangan dan jasa, dan juga kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi, dan urbanisasi yang tinggi di Pulau Sumatera. Kendati populasi penduduknya lebih sedikit dari Palembang dan Padang, pertumbuhan Kota Pekanbaru terbilang lebih besar. Hal ini didukung oleh letaknya yang strategis, yakni berada di jalur lintas timur Pulau Sumatera, serta terhubung dengan beberapa kota penting seperti Medan, Padang, dan Jambi. Selain itu, Kota Pekanbaru juga berada di sumpul segi tiga pertumbuhan Indonesia-Malaysia-Singapura. Sebelum menjadi salah satu kota besar di Sumatera, Kota Pekanbaru telah melewati sejarah yang sangat panjang.

Pada awalnya, nama Pekanbaru adalah Senapelan, yang dipimpin oleh seorang kepala suku yang disebut Batin. Dulu daerahnya berupa ladang perkebunan dan kemudian berkembang menjadi perkampungan. Pada periode selanjutnya, daerah itu berkembang menjadi sebuah dusun yang bernama Dusun Payung Sekaki, yang letaknya berada di tepi muara Sungai Siak. Akan tetapi, orang-orang lebih mengenalnya dengan nama Senapelan, yang ketika masa kekuasaan VOC





#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wilayahnya dijadikan tempat perhentian kapal-kapal Belanda. Dari situlah, letaknya yang strategis kemudian berkembang hingga memegang peranan penting dalam lalu lintas perdagangan.

Perkembangan Senapelan juga berhubungan erat dengan perkembangan Kerajaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah menetap di Senapelan, kemudian didirikanlah istana di Kampung Bukit, yang berdekatan dengan perkampungan Senapelan. Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah berinisiatif membuat pekan atau pasar di Senapelan, tetapi tidak berkembang. Pada masa pemerintahan putranya, Raja Muda Muhammad Ali, yang bergelar Sultan Muhammad Ali Abdul Jalil Muazamsyah, lokasi pasar bergeser ke tempat yang baru, yakni di sekitar Pelabuhan Pekanbaru sekarang. Maka pada 23 Juni 1784, berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar, dan Kampar), negeri Senapelan diganti namanya menjadi Pekan Baharu, yang dalam bahasa sehari-hari lebih mudah diucapkan Pekanbaru. Tanggal 23 Juni 1784 kemudian ditetapkan sebagai hari jadi Kota Pekanbaru. Sejak saat itu pula, ibu kota Siak berada di Pekanbaru, yang menjadi tempat pertemuan para pedagang dari Selat Malaka, Minangkabau, dan Petapahan.

#### 4.7 Profil Kota Pekanbaru

Kota pekanbaru merupakan ibu kota dan kota terbesar di provinsi Riau, Indonesia. Kota Pekanbaru dulu di kenal dengan nama “senapelan” merupakan salah satu sentra ekonomi terbesar di pulau Sumatra dan termasuk kota dengan tingkat pertumbuhan, migrasi, dan urbanisasi yang tinggi.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan penetapan gubernur Sumatera di Medan no 103 tanggal 17 Mei 1956, Kota Pekanbaru dijadikan daerah otonomi yang disebut Harminate (kota baru) sekaligus dijadikan Kota Praja Pekanbaru. Kota Pekanbaru diapit oleh Kabupaten Siak di sebelah Utara dan Timur, Kabupaten Kampar disebelah Utara, Selatan dan Barat, dan Kabupaten Pelalawan di sebelah Selatan dan Timur. Luas wilayah Kota Pekanbaru sebesar 633,26 km<sup>2</sup> atau 0,71 persen dari total luas wilayah Provinsi Riau. Jumlah penduduk Kota Pekanbaru pada tahun 2020 yaitu sebanyak 983.356 jiwa, terdiri dari 495.117 penduduk laki-laki dan 488.239 penduduk perempuan. Berikut jumlah penduduk perkecamatan Kota Pekanbaru tahun 2020 :

**Tabel. 4.1 Jumlah Penduduk Pekanbaru**

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk
1	Tampian	203.238
2	Payung Sekaki	96.296
3	Bukit Raya	93.478
4	Marpoyan Damai	127.600
5	Tenayan Raya	154.261
6	Limapuluh	38.613
7	Sail	20.384
8	Pekanbaru Kota	22.604
9	Sukajadi	42.852
10	Senapelan	35.357
11	Rumbai	78.185
12	Rumbai Pesisir	70.488

*Sumber Data : Badan Pusat Statistik*

Perkembangan perekonomian kota Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh kehadiran perusahaan minyak, pabrik pulp dan kertas, serta perkebunan kelapa sawit beserta pabrik pengolahannya. Penemuan cadangan minyak bumi pada tahun 1939

memberi andil besar bagi perkembangan dan migrasi penduduk dari kawasan lain. Sektor perdagangan dan jasa saat ini menjadi andalan kota Pekanbaru, yang terlihat dengan menjamurnya pembangunan ruko pada jalan-jalan utama kota ini.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream and Tea (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Pekanbaru)” maka dapat di tarik kesimpulan bahwa.

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya kualitas produk yang baik dalam benak konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada Masyarakat Kota Pekanbaru. Kualitas Produk yang tinggi dapat menjadi faktor yang membuat konsumen yakin dalam melakukan keputusan pembeliannya.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kemasan (X2) yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya kemasan yang baik dalam benak konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada Masyarakat Kota Pekanbaru. Kemasan pada produk yang menarik dapat menjadi faktor yang membuat konsumen yakin dalam melakukan keputusan pembeliannya.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Varian Produk (X3) yaitu terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Artinya varian produk yang baik dalam benak konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea pada Masyarakat Kota Pekanbaru. Varian Produk yang bervariasi dapat menjadi



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

faktor yang membuat konsumen yakin dalam melakukan keputusan pembeliannya.

4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, secara simultan Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian secara simultan pada pelanggan Masyarakat Mixue Kota Pekanbaru. Artinya Kualitas Produk, Kemasan, dan Varian Produk diterima terhadap keputusan pembelian pada Masyarakat Kota Pekanbaru dengan variabel yang lebih besar pengaruhnya yaitu Varian Produk.

5. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) nilai R square sebesar 0.583 atau 58.3% hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Kemasan dan Varian Produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 58.3% terhadap variabel Keputusan Pembelian. Sedangkan 41.7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti variabel Harga, Brand Image, Brand Trust, Label Halal, dan masih banyak variabel lain yang tidak bisa disebut satu persatu.

## 6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan, berikut ini peneliti mengajukan saran yang diharapkan akan bermanfaat untuk pihak manapun sebagai berikut :

1. Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap perusahaan diharapkan dapat mempertahankan dan meningkatkan semua variabel yang telah diteliti karena semua variabel memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Mixue Ice Cream and Tea.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Dari penelitian yang dilakukan maka peneliti berharap perusahaan dapat meningkatkan Kemasan pada produk Mixue Ice Cream and Tea karena dari hasil penelitian Kemasan memiliki nilai paling kecil dari pada variabel lainnya.
3. Dari penelitian yang telah dilakukan maka terhadap perusahaan diharapkan dapat meningkatkan varian produk pada produk Mixue Ice Cream and Tea, karena dari hasil penelitian, varian produk memiliki pengaruh paling besar daripada variabel lainnya.
6. Dari penelitian yang telah dilakukan maka peneliti selanjutnya agar menguji atau menambah variabel lain dari sisa 41.7% pada variabel penelitian yang tidak di uji, seperti variabel Harga, Brand Image, Brand Trust, Label Halal, dan masih banyak variabel lain yang tidak bisa disebut satu persatu.


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## DAFTAR PUSTAKA

Qur'an.nu. "Al-Hujurat · Ayat 6." <https://quran.nu.or.id/al-hujurat/6>.

Hartinah, A. S., Alim, S., & Satpatmantya, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Keputusan Pembelian Mixue Ice Cream & Tea. *Journal of Management & Business* 6(2), 242–249.

Lola, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository* , 5–24.

Larasati, D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Ekonomi dan Bisnis*, 1–16.

Rosmiati, E., Yanuar, I. E. S., & Ambarita, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 13(2), 152-156.

Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23.

Ginting, Rahmayani, E. (2022). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Toko WN Kosmetik Medan). *Universitas Medan Area*, 1–43.

Haerunisah, Fariantin, E., Sari, P.R.K. (2023). Pengaruh Brand, Packaging, Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue Airlangga Di Kota Mataram. *Ilmiah Manajemen* 1(2), 16–29.

Kumpan.com. (2021). "Pengertian Teknik Pengambilan Sampel Accidental Sampling." *berita terkini*.

Duvan, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kekinian Mixue (studi pada pelajar di kecamatan tuah madani). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Munawarah, S. (2017). Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Teh 2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Daun Di Plaza Mulia Samarinda. *e-Juournal Administrasi Bisnis* 5(1), 205–16.

Ngatno. 2018. EF Press Digimedia *Buku Manajemen Pemasaran .Pdf*.

Patty, A. D. K. (2022). *Pengaruh Promosi Melalui Aplikasi Online, Pengalaman Konsumen, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Kembali Produk Mixue Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE YKPN).

Intan, R. (2015). Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Ekonomi dan Bisnis Islam*, 109–23.

Rahmad, H. (2021). *Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Minuman “xiboba” Dikalangan Generasi Milenial (studi Kasus Pada Minuman Xiboba Jl. Ronggo Warsito-pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).

Riyanto, M. (2021). *Pengaruh variasi produk, store atmosphere dan hedonic shopping terhadap pembelian impulsif ditinjau menurut perspektif ekonomi islam pada Eiger Adventure Store Kudus* (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). “Metode Dan Teknik Penelitian.” *Journal of Chemical Information and Modeling*

Sutanto, Y. (2020). *Pengaruh Kemasan, Harga Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Sepatu Vans* (Doctoral dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).

Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38-51.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN, DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)**

Terimakasih atas partisipasi responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Kuesioner ini merupakan instrument penelitian yang dilakukan oleh :

#### DATA PENELITI

Nama : Alfina Damayanti  
Status : Mahasiswa  
NIM : 12070121733  
Program Studi : S1 Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Universitas : UIN Sultan Syarif Kasim Riau

#### LEMBAR KUESIONER

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman yang anda dapatkan sebagai konsumen produk Mixue Ice Cream and Tea pada komponen-komponen variabel. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- TS : Tidak Setuju (2)  
N : Netral (3)  
S : Setuju (4)  
SS : Sangat Setuju (5)

3. Berilah tanda (✓) pada kolom di bawah ini

**Identitas Responden**

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. 15-17 tahun
  - b. 18- 30 tahun
  - c. 31-40 tahun
  - d. 41-50 tahun
4. Pekerjaan
  - a. Pelajar/ Mahasiswa
  - b. Ibu Rumah Tangga
  - c. Pegawai
  - d. Wirausaha
  - e. Yang Lainnya
5. Penghasilan Perbulan
  - a. 500.000-1.500.000
  - b. 1.500.000-2.500.000
  - c. 2.500.000-3.500.000
  - d. 3.500.000-4.500.000
  - e. >4.500.000
6. Intensitas kunjungan ke Mixue dalam sebulan :
  - a. 1 kali
  - b. 2-4 kali
  - c. 4-6 kali
  - d. >6 kali
7. Domisili
  - a. Kota Pekanbaru
  - b. Luar Kota Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**II. Pilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi anda mengenai beberapa pertanyaan dengan memberi tanda (✓) sesuai dengan pilihan dan bobot jawaban yang tersedia pada kolom dengan rincian sbb :**

Keterangan:

(STS) : Sangat Tidak Setuju

(TS) : Tidak Setuju

(N) : Netral

(S) : Setuju

(SS) : Sangat Setuju

**1. Kualitas Produk**

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	N	S	SS
1	<b>Kinerja (performance)</b>					
	Saya menyukai produk Mixue Ice Cream and Tea karena memiliki kualitas rasa yang konsisten					
2	<b>Keandalan (reliability)</b>					
	Produk Mixue Ice Cream and Tea memiliki tekstur yang memberikan kenikmatan dan kesegaran ketika dinikmati					
3	<b>Fitur (feature)</b>					
	Mixue menggunakan berbagai aplikasi untuk memudahkan konsumen dalam pemesanan					
4	<b>Daya Tahan (durability)</b>					
	Saya menyukai Produk minuman Mixue karena bisa dikonsumsi pada keesokan hari dengan mengikuti anjuran penyimpanan yang tepat					
5	<b>Kesesuaian (conformance)</b>					
	Saya merasa produk Mixue Ice Cream and Tea sesuai dengan kualitas yang di tawarkan.					

## 2. Kemasan

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	N	S	SS
1	<b>Bahan</b>					
	Bahan kemasan Mixue Ice Cream and tea aman untuk digunakan					
2	<b>Logo</b>					
	Logo Mixue Ice Cream and Tea pada kemasan dapat dilihat dengan jelas sehingga mudah dikenali					
3	<b>Warna</b>					
	Warna pada logo dan tulisan Mixue Ice Cream and Tea cukup menarik					
4	<b>Ukuran</b>					
	Ukuran kemasan Mixue Ice Cream and Tea cukup beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan					

## 3. Varian Produk

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	N	S	SS
1	<b>Harga</b>					
	Harga Produk Mixue Ice Cream and Tea bervariasi sesuai dengan ukuran dan varian produk					
2	<b>Tampilan</b>					
	Tampilan produk yang disajikan sesuai dengan yang ada di daftar menu dan banner					
3	<b>Ukuran</b>					
	Besar ukuran Mixue Ice Cream and Tea beragam, tersedia mulai dari ukuran medium hingga ukuran large					
4	<b>Ketersediaan Produk</b>					
	Menu varian Mixue Ice Cream and Tea selalu tersedia					

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



#### 4. Keputusan pembelian

No	Pernyataan	Skor				
		STS	TS	N	S	SS
1	<b>Pilihan Produk</b>					
	Saya suka membeli Mixue karena Mixue memiliki varian topping dan rasa yang cukup banyak					
2	<b>Pilihan Merek</b>					
	Saya lebih menyukai Mixue dibandingkan dengan merek lain					
3	<b>Pilihan Saluran Pembelian</b>					
	Saya membeli produk Mixue karena Mixue tersedia via online seperti GoFood dan GrabFood					
4	<b>Waktu Pembelian</b>					
	Saya dapat membeli produk Mixue ketika siang dan malam hari					
5	<b>Jumlah Pembelian</b>					
	Saya dapat membeli produk mixue dengan jumlah yang banyak karena Mixue memiliki berbagai menu yang berbeda beda					
6	<b>Metode Pembayaran</b>					
	Saya merasa puas dengan adanya berbagai macam metode pembayaran yang disediakan oleh Mixue Ice Cream and Tea					

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Lampiran 2 : Karakteristik Responden**

**Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-laki	37	37%
2	Perempuan	63	63%
	Total	100	100%

**Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	15-17 Tahun	2	2%
2	18-30 Tahun	92	92%
3	31-40 Tahun	6	6%
	Total	100	100%

**Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	64	64%
2	Ibu Rumah Tangga	2	2%
3	Pegawai	7	7%
4	Wirausaha	15	15%
5	Lainnya	12	12%
	Total	100%	100%

**Penghasilan**

No	Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase
1	Rp.500.000-Rp.1.500.000	57	57%
2	Rp.1.500.000-Rp.2.500.000	19	19%
3	Rp.2.500.000- Rp.3.500.000	11	11%
4	Rp.3.500.000- Rp.4.500.000	9	9%
5	>Rp.4.500.000	4	4%
	Total	100	100%

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Intensitas**

No	Intensitas Berbelanja	Jumlah Responden	Persentase
1	1 kali	53	53%
2	2-4 kali	37	37%
3	4-6 kali	7	7%
4	>6 kali	3	3%
	Total	100	100%

**Responden Berdasarkan Kecamatan**

Kecamatan	Jumlah Responden	Persentase
Binawidya	10	10%
Bukit Raya	5	5%
Kulim	6	6%
Lima Puluh	7	7%
Marpoyan Damai	4	4%
Payung Sekaki	6	6%
Pekanbaru Kota	6	6%
Rumbai Barat	3	3%
Rumbai	3	3%
Rumbai Timur	1	1%
Sail	7	7%
Senapelan	6	6%
Sukajadi	11	11%
Tuah Madani	19	19%
Tenayan Raya	6	6%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

### Lampiran 3 : Tanggapan Responden

No	Pernyataan Kualitas Produk (X1)	Skor					Skor
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1.	Saya menyukai produk Mixue Ice Cream and Tea karena memiliki kualitas rasa yang konsisten	2	11	19	46	22	
		2%	11%	19%	46%	22%	100%
2.	Produk Mixue Ice Cream and Tea memiliki tekstur yang memberikan kenikmatan dan kesegaran ketika dinikmati	1	2	17	55	25	
		1%	2%	17%	55%	25%	100%
3.	Mixue menggunakan berbagai aplikasi untuk memudahkan konsumen dalam pemesanan	1	6	9	53	31	
		1%	6%	9%	53%	31%	100%
4.	Saya menyukai Produk minuman Mixue karena bisa dikonsumsi pada keesokan hari dengan mengikuti anjuran penyimpanan yang tepat	2	10	19	42	27	
		2%	10%	19%	42%	27%	100%
5.	Saya merasa produk Mixue Ice Cream and Tea sesuai dengan kualitas yang di tawarkan.	0	2	18	52	28	
		0%	2%	18%	52%	28%	100%
Jumlah		6	31	82	248	133	500
Presentase		1,2%	6,2%	16,4%	49,6%	26,6%	100%

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





Hak Cipta dilindungi undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pernyataan Kemasan (X2)	Skor					Skor
	STS	TS	N	S	SS	
	1	2	3	4	5	
Bahan kemasan Mixue Ice Cream and tea aman untuk digunakan	0	8	18	50	24	100%
Logo Mixue Ice Cream and Tea pada kemasan dapat dilihat dengan jelas sehingga mudah dikenali	1	2	10	46	41	100%
Warna pada logo dan tulisan Mixue Ice Cream and Tea cukup menarik	0	2	9	53	36	100%
Ukuran kemasan Mixue Ice Cream and Tea cukup beragam sehingga dapat disesuaikan dengan kebutuhan	0	2	13	55	30	100%
Jumlah	1	14	50	204	131	400
presentase	0,2%	3,5%	12,5%	51%	32,8%	100%





2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

No	Pernyataan Varian Produk (X3)	Skor					Skor TS
		STS	TS	N	S	SS	
1	Harga Produk Mixue Ice Cream and Tea bervariasi sesuai dengan ukuran dan varian produk	1	12	29	37	21	
		1%	12%	29%	37%	21%	100%
2	Tampilan produk yang disajikan sesuai dengan yang ada di daftar menu dan banner	0	3	22	48	27	
		0%	3%	22%	48%	27%	100%
3	Besar ukuran Mixue Ice Cream and Tea beragam, tersedia mulai dari ukuran medium hingga ukuran large	0	3	17	45	35	
		0%	3%	17%	45%	35%	100%
4	Menu varian Mixue Ice Cream and Tea selalu tersedia	1	21	22	35	21	
		1%	21%	22%	35%	21%	100%
Jumlah		2	39	90	165	104	400
Presentase		0,5%	9,7%	22,5%	41,3%	26%	100%

No	Pernyataan Keputusan Pembelian	Skor					Skor
		STS	TS	N	S	SS	
		1	2	3	4	5	
1.	Saya suka membeli Mixue karena Mixue memiliki varian topping dan rasa yang cukup banyak	1	6	18	43	32	100
		1%	6%	18%	43%	32%	100%
2.	Saya lebih menyukai Mixue dibandingkan dengan merek lain	1	14	28	36	21	100
		1%	14%	28%	36%	21%	100%
3.	Saya membeli produk Mixue karena Mixue tersedia via online seperti GoFood dan GrabFood	1	4	22	50	23	100
		1%	4%	22%	50%	23%	100%
4.	Saya dapat membeli produk Mixue ketika siang dan malam hari	0	1	22	38	39	100
		0%	1%	22%	38%	39%	100%
5.	Saya dapat membeli produk mixue dengan jumlah yang banyak karena Mixue memiliki berbagai menu yang berbeda beda	0	6	29	44	21	100
		0%	6%	29%	44%	21%	100%
6.	Saya merasa puas dengan adanya berbagai macam metode pembayaran yang disediakan oleh Mixue Ice Cream and Tea	0	1	15	43	41	100
		0%	1%	15%	43%	41%	100%
Jumlah		3	32	134	254	177	600
Presentase		0,5%	5,3%	22,3%	42,4%	29,5%	100%

## Lampiran 4 : Tabulasi Data

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No. Respond	Kualitas Produk (X1)					Total X1	Kemasaan (X2)				Total X2	Varian Produk (X3)				Total X3	Keputusan Pembelian (Y)						Total Y
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	4	4	2	5	19	4	5	4	3	16	2	4	4	4	14	4	5	5	4	5	5	28
2	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	18	4	4	4	4	16	5	4	4	5	4	5	27
3	4	4	5	4	4	22	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	21	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	22
6	3	4	4	2	4	17	2	5	4	4	15	4	3	4	2	13	4	4	4	4	2	4	22
7	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	2	4	4	4	14	4	2	4	4	4	4	22
8	4	3	4	3	3	17	4	3	4	4	15	3	4	4	3	14	4	4	3	4	4	4	22
9	3	4	4	4	4	19	3	4	4	3	14	3	5	5	5	18	5	5	5	5	2	3	25
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
11	5	5	5	4	4	23	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	5	4	5	5	4	4	27
12	5	5	5	3	4	22	4	5	3	4	16	2	3	3	3	11	3	2	3	3	3	3	17
13	2	3	3	3	4	15	4	5	3	4	16	3	4	5	2	14	3	3	3	4	3	4	20
14	4	4	4	4	3	19	5	4	5	3	17	4	5	3	3	15	4	4	4	5	4	3	24
15	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	17	4	4	5	2	15	5	4	5	4	5	4	27
16	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14	3	3	3	4	3	4	20
17	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17	4	3	4	5	4	4	24
18	5	5	5	4	4	23	3	5	5	4	17	4	4	4	2	14	3	3	3	4	3	4	20
19	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
20	4	4	4	3	3	18	3	4	4	5	16	4	4	3	4	15	4	3	3	3	4	3	20
21	4	5	4	5	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	4	4	4	4	5	25
22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	17	3	3	5	4	15	4	3	4	4	4	4	23
23	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	4	5	28
24	2	4	3	5	4	18	3	2	3	5	13	2	3	5	2	12	5	2	5	5	4	5	26
25	5	4	5	4	4	22	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	4	5	5	5	4	5	28
26	4	5	4	4	5	22	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	5	5	4	4	5	4	27
27	3	5	5	5	5	23	5	3	4	5	17	3	3	4	3	13	5	5	5	4	4	4	27
28	4	4	3	4	4	19	4	5	4	4	17	3	4	4	3	14	4	3	4	4	4	4	23
29	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	5	3	20	3	4	4	4	15	3	4	5	3	15	3	3	3	3	3	5	20
31	3	4	2	3	3	15	3	4	4	3	14	3	3	3	2	11	3	3	3	4	3	2	18
32	4	4	5	3	4	20	4	4	5	4	17	2	3	4	4	13	5	3	3	4	3	3	21
33	4	4	4	4	3	19	3	4	4	3	14	2	3	4	2	11	3	2	4	4	3	4	20
34	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
35	5	4	4	5	5	23	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	5	4	5	5	5	5	29
36	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	20	3	5	5	2	15	5	4	4	5	5	5	28
37	3	1	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
38	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	16	3	4	5	3	15	4	2	4	3	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	4	5	4	22	4	5	4	4	17	5	4	5	4	18	5	4	4	5	5	4	27
41	4	5	4	5	4	22	4	5	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	5	26
42	3	4	3	2	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	5	3	3	3	3	3	20
43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
44	3	4	4	3	3	17	4	5	5	5	19	2	2	3	2	9	3	2	3	2	3	4	16
45	3	3	2	4	4	16	4	4	3	4	15	2	2	4	1	9	2	2	3	2	4	16	
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	3	4	3	4	4	3	21
47	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	24
48	4	3	4	3	4	18	3	4	4	4	15	3	4	4	3	14	4	3	4	3	4	4	22
49	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
50	3	3	3	2	3	14	3	4	4	4	15	4	3	3	3	13	3	3	4	3	4	3	20
51	4	3	4	4	4	19	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15	4	3	4	4	3	4	22
52	4	5	5	4	4	22	4	5	4	5	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	4	4	25
53	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
55	4	2	4	2	4	16	2	4	2	4	12	4	4	4	2	14	2	2	4	4	2	4	18
56	4	4	4	3	4	19	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	4	3	3	4	4	5	23
57	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	3	18
58	3	4	4	5	3	19	4	3	5	4	16	3	4	2	3	12	4	4	4	4	4	4	24
59	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	5	4	5	5	28
60	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	4	27
61	5	5	5	2	4	21	5	5	5	4	19	5	5	4	2	16	5	5	5	5	5	5	30
62	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	2	3	3	3	4	18
63	5	5	4	2	5	21	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16	5	3	5	3	4	5	26
64	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	4	27
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14	4	2	4	4	4	4	22
66	2	3	4	4	4	17	3	5	5	4	17	2	4	4	4	14	3	2	4	5	3	4	21
67	4	4	5	4	5	22	2	5	4	4	15	2	4	4	2	12	4	4	4	5	4	5	26
68	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	4	25
69	4	4	5	4	4	21	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	5	4	4	4	25
70	2	3	4	1	4	14	5	5	4	4	18	3	4	3	2	12	4	2	5	3	5	21	
71	4	4	4	3	4	19	4	5	5	4	18	4	4	4	3	15	5	4	4	5	4	4	26
72	4	4	5	3	5	21	3	5	5	4	17	2	2	3	2	9	3	1	1	3	4	15	
73	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	3	4	5	4	4	24
74	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	5	2	4	2	5	22
75	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	15	3	3	4	4	14	4	3	3	3	3	4	20
76	4	3	4	2	2	15	3	4	4														

## Lampiran 5 : Uji Kualitas Data

### Uji Validitas

No	Vraiabel	Item	Corrected item total	R-tabel	Sig	Keterangan
1	Kualitas Produk	X1.1	0,710	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X1.2	0,760	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X1.3	0,739	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X1.4	0,649	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X1.5	0,603	<b>0,196</b>	0,000	Valid
2	Kemasan	X.2.1	0,678	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.2.2	0,661	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.2.3	0,744	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.2.4	0,650	<b>0,196</b>	0,000	Valid
3	Varian Produk	X.3.1	0,761	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.3.2	0,803	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.3.3	0,663	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		X.3.4	0,785	<b>0,196</b>	0,000	Valid
4	Keputusan Pembelian	Y.1	0,715	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		Y.2	0,745	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		Y.3	0,733	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		Y.4	0,620	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		Y.5	0,723	<b>0,196</b>	0,000	Valid
		Y.6	0,592	<b>0,196</b>	0,000	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



### Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Cronbach's Alpha	Keterangan
1	<b>Keputusan Pembelian</b>	<b>0,787</b>	<b>0.60</b>	<b>reliabel</b>
2	<b>Kualitas Produk</b>	<b>0,720</b>	<b>0.60</b>	<b>reliabel</b>
3	<b>Kemasan</b>	<b>0,611</b>	<b>0.60</b>	<b>reliabel</b>
4	<b>Varian Produk</b>	<b>0,739</b>	<b>0.60</b>	<b>reliabel</b>

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Lampiran 6 : Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,31745631
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,086
	Negative	-,056
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

### Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PRODUK	,661	1,513
	KEMASAN	,680	1,472
	VARIAN PRODUK	,751	1,331

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

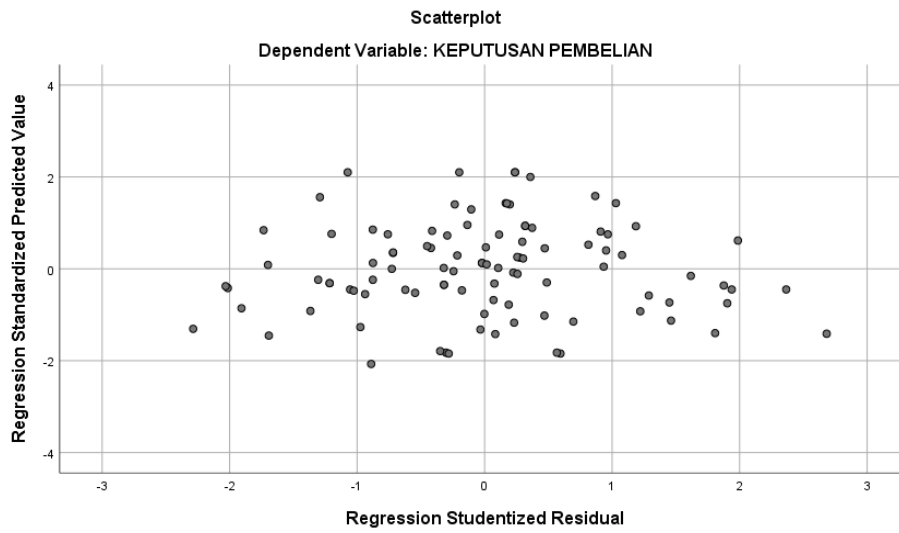
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

### Uji Heteroskedastisitas



### Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,764 <sup>a</sup>	,583	,570	2,353	1,717
a. Predictors: (Constant), VARIAN PRODUK, KEMASAN, KUALITAS PRODUK					
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

## Lampiran 7 : Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,423	2,048		1,183	,240
	KUALITAS PRODUK	,277	,098	,231	2,845	,005
	KEMASAN	,353	,138	,205	2,562	,012
	VARIAN PRODUK	,652	,099	,499	6,558	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 8 : Uji Hipotesis

### Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,423	2,048		1,183	,240
	KUALITAS PRODUK	,277	,098	,231	2,845	,005
	KEMASAN	,353	,138	,205	2,562	,012
	VARIAN PRODUK	,652	,099	,499	6,558	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	743,310	3	247,770	44,736	,000 <sup>b</sup>
	Residual	531,690	96	5,538		
	Total	1275,000	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), VARIAN PRODUK, KEMASAN, KUALITAS PRODUK

### Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 <sup>a</sup>	,583	,570	2,353

a. Predictors: (Constant), VARIAN PRODUK, KEMASAN, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 9 : Tabel r untuk df = 90-100

df = (N-2) 100-2=98	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**Lampiran 10 : titik presentase distribusi (df=90-100)**

df n-k	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 11 : Tabel f (91-100)

df untuk penyebut (N2) $n-k = 100-4 = 96$	df untuk pembilang (N1)k-1 $4-1 = 3$														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77

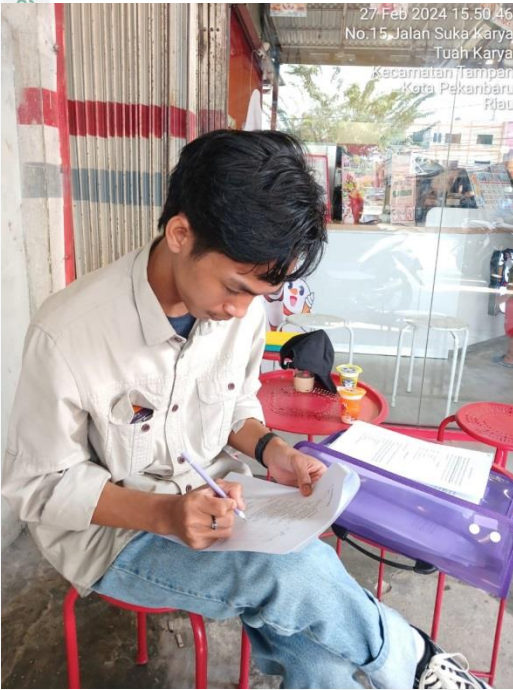
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Lampiran 12 : Dokumentasi

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





### Hak Cipta Diilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية

FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES

Jl. H.R. Soebrandas No. 55 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051  
Fax 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail. : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : B-1946/Un.04/F.VII/PP.00.9/2/2024  
Sifat : Biasa  
Lampiran : -  
Hal : Izin Riset

Pekanbaru, 27 Februari 2024 M  
17 Sya'ban 1445 H

Kepada  
Yth. Kepala Kantor  
Dinas Penanaman Modal dan  
Pelayanan Terpadu Satu Pintu  
Provinsi Riau  
di Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, disampaikan bahwa salah seorang Mahasiswa Fakultas  
Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : Alfina Damayanti  
NIM. : 12070121733  
Jurusan : Manajemen  
Semester : VIII (Delapan)

bermaksud mengadakan Riset dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul:  
"Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Dan Varian Produk Terhadap  
Keputusan Pembelian Produk Mixue Ice Cream And Tea (studi Kasus Pada  
Masyarakat Kota Pekanbaru)" Untuk itu kami mohon kiranya Saudara berkenan  
memberikan bantuan yang diperlukan kepada mahasiswa tersebut.

Demikianlah, atas bantuan dan kerjasama Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. Mahyarni, SE, MM  
NIP. 19700826 199903 2 001



**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU**  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**  
GEDUNG LIMAS KAJANG LANTAI III KOMP. PERKANTORAN PEMKO. PEKANBARU  
JL. ABDUL RAHMAN HAMID KOTA PEKANBARU



**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

Nomor : BL.04.00/Kesbangpol/1123/2024



- a. Dasar : 1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 Tentang Keterbukaan Informasi Publik.  
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.  
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 Tentang Perangkat Daerah.  
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 Tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.  
5. Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 9 Tahun 2016 Tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Pekanbaru.
- b. Menimbang : Rekomendasi dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISSET/64239 tanggal 25 Maret 2024, perihal pelaksanaan kegiatan Penelitian Riset/Pra Riset dan pengumpulan data untuk bahan Skripsi.

**MEMBERITAHUKAN BAHWA :**

1. Nama : ALFINA DAMAYANTI  
2. NIM : 12070121733  
3. Fakultas : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU  
4. Jurusan : MANAJEMEN  
5. Jenjang : S1  
6. Alamat : JL. TUNAS KARYA KEL. WONOREJO KEC. MARPOYAN DAMAI-PEKANBARU  
7. Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN PORUDK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)  
8. Lokasi Penelitian : DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA PEKANBARU

Untuk Melakukan Penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan Riset/Pra Riset/Penelitian dan pengumpulan data ini.
2. Pelaksanaan kegiatan Riset ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal Surat Keterangan Penelitian ini diterbitkan.
3. Berpakaian sopan, mematuhi etika Kantor/Lokasi Penelitian, bersedia meninggalkan photo copy Kartu Tanda Pengenal.
4. Melaporkan hasil Penelitian kepada Walikota Pekanbaru c.q Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Pekanbaru, paling lambat 1 (satu) minggu setelah selesai.

Demikian Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 27 Maret 2024

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA  
DAN POLITIK KOTA PEKANBARU



**Dis. H. SYOFFAIZAL, M.Si**  
PEMBINA UTAMA MUDA  
NIP. 19640529 198603 1 003

**Tembusan**

- Yth : 1. Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA Riau di Pekanbaru.  
2. Yang Bersangkutan.





**PEMERINTAH KOTA PEKANBARU**  
**DINAS KOPERASI USAHA KECIL DAN MENENGAH**

Komp.Perkantoran Walikota Pekanbaru Gedung Limas Lt. IV  
Jalan Abdul Rahman Hamid Kel. Tuah Negeri Kec. Tenayan Raya Pekanbaru  
Email : kumkm\_pekanbaru@yahoo.co.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 000.9.2/Diskop UKM-Set/254/2024

Yang bertandatangan di bawah ini :

- a. Nama : **RISKI EMILIA FIRDAUS, S.E**  
b. Jabatan : Sekretaris Dinas Koperasi UKM Kota Pekanbaru

Dengan ini menerangkan bahwa :

- a. Nama : **ALFINA DAMAYANTI**  
b. NIM : 12070121733  
c. Kebangsaan : Indonesia  
d. Asal Perguruan Tinggi : UIN Suska Riau  
e. Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
f. Jurusan : Manajemen  
g. Alamat : Jl. Tunas Karya Kel. Wonorejo Kec. Marpoyan Damai – Pekanbaru

Maksud : Benar telah melaksanakan penelitian di Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN PORUDK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KOTA PEKANBARU)”**

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat digunakan seperlunya.

Pekanbaru, 16 /04 2024  
a.n Kepala Dinas Koperasi, UKM  
Kota Pekanbaru

Sekretaris,



**RISKI EMILIA FIRDAUS, S.E**  
NIP. 19870921 201001 2 011

## BIOGRAFI PENULIS



Alfina Damayanti lahir di Kota Pekanbaru 12 Desember 2001 beragama Islam. Anak dari Bapak Sulaiman dan Ibunda Linda. Penulis merupakan anak ke tiga dari 5 bersaudara, beralamat di Jl. Bahana, Kel.Tangkerang Tengah, Kec. Marpoyan damai, Kota

Pekanbaru, Provinsi Riau. Riwayat Pendidikan Penulis yaitu menyelesaikan tahun 2014 di Sekolah Dasar SDN 077 Kota Pekanbaru, kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMPIT Dar Al-Ma'arif dan menyelesaikan di tahun 2017, lalu melanjutkan di Sekolah Menengah Atas di SMAN 5 Pekanbaru dan menyelesaikannya di tahun 2020. Lalu pada tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dengan mengambil jurusan Manajemen S1 dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Akhirnya pada hari selasa 11 juni 2024 di Munaqasah dalam sidang Ujian Sarjana S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau dan dinyatakan LULUS dengan Judul Skripsi PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEMASAN DAN VARIAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE ICE CREAM AND TEA. (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Pekanbaru) dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran dalam menyelesaikan tugas akhir penelitian ini.

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.