

**TUGAS AKHIR**

**PENGARUH HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE  
DI YOGYAKARTA**



**Disusun oleh:**

**MARIA YULIATI SOKA**

**20001660**

**PROGRAM STUDI DIPLOMA TIGA MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU BISNIS KUMALA NUSA  
YOGYAKARTA**

**2023**

## BALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Yuliati Soka

NIM : 20001660

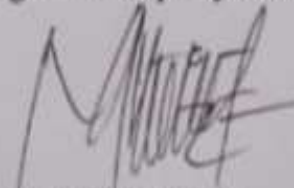
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun terkecuali tersebut dalam referensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagai maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta,

Yang membuat pernyataan



Maria Yuliati Soka

NIM 20001660

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE

Tugas Akhir ini telah diajukan pada Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala  
Nusa Yogyakarta untuk memnuhi persyaratan akhir pendidikan pada Program  
Studi D3 Manajemen.

Disetujui dan disahkan pada:

Hari : *Rabu*

Tanggal : *23 Agustus 2023*

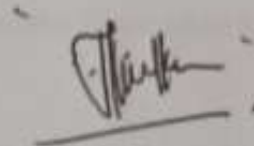
Tim Penguji

Ketua



Anung Prambudyo, S.E., M.M  
NIP. 19780204 200501 1 002

Anggota



Ika Tirta Candrarini, S.E., M.M.  
NIK. 12000201

Mengetahui

Ketua STIB Kumala Nusa Yogyakarta



Anung Prambudyo, S.E., M.M  
NIP. 19780204 200501 1 002

## HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maria Yuliati Soka

NIM : 20001660

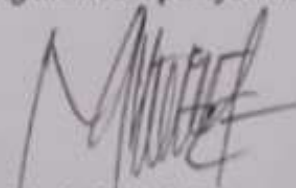
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir ini merupakan hasil karya sendiri dan belum pernah diterbitkan oleh pihak manapun terkecuali tersebut dalam referensi dan bukan merupakan hasil karya orang lain sebagai maupun secara keseluruhan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ada yang mengklaim bahwa karya ini milik orang lain dan dibenarkan secara hukum, maka saya bersedia dituntut berdasarkan hukum.

Yogyakarta,

Yang membuat pernyataan



Maria Yuliati Soka

NIM 20001660

## **MOTTO**

“Akan selalu ada jalan menuju sebuah kesuksesan bagi siapapun, selama orang tersebut mau berusaha dan bekerja keras untuk memaksimalkan kemampuan yang ia miliki.”

– Bambang Pamungkas

“Kuatkan dan teguhkanlah hatimu, janganlah takut dan jangan gemetar karena mereka, sebab Tuhan, Allahmu, Dialah yang berjalan menyertai engkau; Ia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau.”

\_ Ulangan 3:86

“Education is the power to think clearly, the power to act well in the world’s work, and the power to appreciate life.”

\_Brigham Young

## **PERSEMBAHAN**

Segala puji kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat saya persembahkan:

1. Kepada kedua orang tua saya yang tercinta, Ayah (Yohanes Geke) dan Ibu (Yustina Jawa) yang telah senantiasa memberikan doa yang tiada hentinya, kasih sayang, dukungan, nasehat, motivasi, serta kerja keras yang sangat luar biasa. Terimakasih ibu untuk cintamu yang begitu luar biasa dan perjuanganmu hingga saya bisa sampai di titik ini. Terimakasih Ayah untuk cinta dan pengorbanan serta kerja kerasmu yang tidak pernah henti sampai saat ini. Terima kasih atas semua cinta yang telah Ayah dan Ibu berikan kepada saya. Segala perjuangan saya hingga titik ini saya persembahkan pada dua orang paling berharga dalam hidup saya.
2. Untuk adik-adik saya Dominggus Doja dan Stefanus Leo Dela yang selalu menjadi penyemangat untuk mengejar cita-cita. Terimakasih dan sayangku untuk kalian.
3. Untuk sahabat-sahabat saya Elisabet, Yohelmi, Karolina. Delciana, Nadia, Nur, Patrisia, Tamara, Adeline, Emerson, Risky, dan Alviano. Terimakasih karena kalian sudah menjadi sahabat yang terbaik dan selalu ada untuk mendukungku. Terimakasih untuk dukungan kalian semua.
4. Untuk Dosen Pembimbing saya Ir. Edi Cahyono, M.M. Terima kasih telah bersedia membantu dan selalu sabar dalam membimbing saya. Terima kasih kepada Bapak Dosen pembimbing.

5. Untuk semua dosen dan staf STIB Kumala Nusa Yogyakarta.
6. Untuk teman-teman seluruh mahasiswa STIB Kumala Nusa Yogyakarta, terimakasih telah memberikan warna warni di hari-hari saya selama ini.
7. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for just being me at all times.*

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb, Selamat Pagi.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Mixue*” dengan lancar. Penyusunan Tugas Akhir ini untuk memenuhi syarat pendidikan dalam menempuh program D3 Manajemen STIB Kumala Nusa Yogyakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir penulis mendapatkan bantuan langsung dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Anung Pramudyo, S.E, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa Yogyakarta.
2. Bapak Ir. Edi Cahyono, M.M Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
3. Kedua orang tua tercinta dan keluarga besar, Bapak Yohanes Geke dan Ibu Yustina Jawa serta adik-adik saya tercinta Dominggus Doja dan Stefanus Leo Dela yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Terimakasih atas kasih sayang, perhatian, nasehat, semangat, kepercayaan dan doa yang tiada henti. Semoga menjadi kebanggan keluarga dan berguna bagi semua. Amin.
4. Untuk sahabat-sahabat saya Elisabet, Yohelmi, Karolina. Delciana, Nadia, Nur, Patrisia, Tamara, Adeline, Risky, dan Alviano. Terimakasih karena



kalian sudah menjadi sahabat yang terbaik dan selalu ada untuk mendukungku. Terimakasih untuk dukungan kalian semua.

5. Seluruh jajaran dosen pengajar STIB Kumala Nusa Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Semua temen-temen STIB Kumala Nusa Yogyakarta angkatan 2018, atas kebersamaan yang menyenangkan dan memberi warna tersendiri selama kuliah.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyusunan Tugas Akhir ini masih jauh dari unsur kesempurnaan, masih terdapat banyak kekeliruan dan kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan Tugas Akhir ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang penulis terima dari berbagai pihak di balaskan oleh Tuhan Yang Maha Esa. Dan semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya khususnya di lingkungan STIB Kumala Nusa.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb, Selamat Pagi.

Yogyakarta, 25 Juni 2023

Penulis

Maria Yulianti Soka

20001660

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	2
C. Tujuan Penelitian .....	3
D. Manfaat Penelitian .....	3
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>5</b>
A. Landasan Teori .....	5
B. Penelitian Terdahulu .....	9
C. Keterkaitan Antar Variabel .....	10

D. Kerangka Pikir .....	11
E. Hipotesis .....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
A. Jenis Penelitian .....	13
B. Waktu Dan Tempat Penelitian .....	13
C. Populasi Dan Sampel .....	14
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	15
E. Definisi Operasional .....	17
F. Uji Kualitas Instrumen .....	18
G. Teknik Analisis Data .....	19
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>21</b>
A. Hasil Penelitian .....	21
B. Pembahasan .....	28
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>29</b>
A. Kesimpulan .....	29
B. Saran .....	29

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Daftar Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Kriteria Penilaian Skala Likert.....	17
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Usia .....	21
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	22
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	22
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	23
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga .....	24
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	25
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	26
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	27

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	11
--------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Lembar Kuisisioner

Lampiran 2 Hasil Data Kuesioner

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Lampiran 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin,  
Pekerjaan dan Pendapatan

Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 6 Uji Regresi Linear Sederhana

## ABSTRAK

Mixue merupakan gerai minuman berasal dari Tiongkok, yang menyajikan berbagai menu minuman dan juga ice cream. Minuman ini memiliki cabang yang sudah begitu banyak menyebar di setiap kota provinsi dan memiliki peminat yang tidak sedikit, sehingga perusahaan harus benar-benar teliti dalam melebelkan harga yang sesuai dengan saku masyarakat. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui seberapa berpengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue.

Pada penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang mana data dikumpulkan menggunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden yang merupakan konsumen produk ice cream mixue. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kemudian diolah menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji T, dan uji koefisien korelasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Ice Cream Mixue. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Harga, Keputusan Pembelian, Mixue

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, seiring dengan era globalisasi dan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Kemajuan teknologi ini juga sangat berkembang pesat dalam bidang ekonomi, menyebabkan pengembangan di dunia usaha juga mengalami pertumbuhan dan kemajuan yang pesat. Hal ini juga semakin membuat semangat para perintis usaha maupun para pebisnis untuk lebih berfikir kritis, inovatif dan kreatif terhadap perubahan teknologi canggih yang terjadi di jaman sekarang ini. Perkembangan teknologi ini juga tentunya dimanfaatkan dengan sangat baik oleh perusahaan-perusahaan baru atau bisnis baru yang bergerak di bidang kedai minuman seperti *ice cream Mixue*. Para pengusaha *ice cream Mixue* ini sendiri juga harus berusaha memproduksi produk minuman yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang semakin meningkat. Oleh karena itu, setiap perusahaan-perusahaan baru harus terus bersaing secara kompetitif dalam hal strategi bisnis untuk mencapai tujuan perusahaan atau bisnis serta memahami apa yang terjadi dipasar dan apa yang menjadi keinginannya konsumen.

Kegiatan pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan berpengaruh bagi perusahaan, untuk itu bagian pemasaran harus mempunyai strategi yang mantap dalam melihat peluang, sehingga posisi perusahaan atau bisnis dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan. Kegiatan Pemasaran



merupakan salah satu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya (Kotler dan Keller (2009).

Untuk menarik minat beli konsumen perusahaan harus mempertimbangkan harga suatu produk yang akan dipasarkan. Menurut Philip Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli. Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan pembelian. Harga juga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa, yang mana pada tingkat harga tertentu, bila manfaat yang dirasakan konsumen meningkat maka nilainya akan meningkat pula.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti dengan judul Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Mixue* di Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka penulis akan menyusun penelitian dengan judul pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *ice cream Mixue*, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream Mixue*.

### **C. Tujuan Penelitian**

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai yaitu untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *ice cream Mixue*.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, antara lain:

1. Bagi Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan bacaan perpustakaan atau tambahan referensi dari yang sudah ada dan sebagai bahan informasi bagi bahan penelitian yang sama.

2. Bagi Peneliti

- a. Menambah wawasan atau pengetahuan dalam dunia bisnis terutama di bidang café minuman.
- b. Sebagai referensi dalam memecahkan masalah-masalah dalam berbisnis di masa yang akan datang.

3. Bagi Perusahaan Mixue

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh Mixue sebagai acuan untuk membuat kebijakan yang berkaitan dengan harga produk sehingga dapat dijadikan sebagai acuan evaluasi perusahaannya.

#### 4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengambilan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Harga**

###### **a. Pengertian Harga**

Menurut Swastha 2010 (dalam Riyono dan Budiharja, 2016), Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Harga merupakan unsur pemasaran yang bersifat fleksibel dimana setiap saat dapat berubah menurut waktu dan tempatnya. Harga bukan hanya angka nominal yang terdapat pada suatu kemasan, tetapi harga memiliki berbagai macam bentuk dan melaksanakan banyak fungsi, seperti sewa tempat, upah, gaji, dan lain sebagainya. Harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk (Augusty Ferdinand, 2006), sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Semuanya merupakan harga yang harus dbayar untuk mendapatkan barang dan jasa.

Tujuan ditetapkannya harga pada sebuah produk adalah untuk mencapai hal-hal berikut:

- 1) Mendapatkan posisi pasar. Misal, penjualan harga rendah untuk mendapatkan penjualan dan pangsa pasar.
- 2) Mencapai kinerja keuangan. Harga dipilih untuk membantu pencapaian tujuan keuangan.
- 3) Penentuan posisi produk. Harga dapat digunakan untuk meningkatkan citra produk, dan mempromosikan produk.

Dalam menetapkan besarnya harga yang ditetapkan pada sebuah produk, perlu dipertimbangkan beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Faktor internalnya ialah sasaran pemasaran, bauran pemasaran, biaya, dan pertimbangan. Sedangkan faktor eksternalnya ialah sifat pasar, persaingan, dan juga faktor lingkungan.

#### **b. Indikator Harga**

Menurut Anwar & Satrio (2015), indikator harga ada 3 yaitu sebagai berikut:

1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Konsumen cenderung membentuk gambaran tingkatan suatu produk melalui harga.

2. Kesesuaian harga dengan manfaat

Harga adalah pernyataan dari nilai suatu produk. Nilai merupakan rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.

### 3. Harga bersaing

Harga merupakan elemen yang paling mudah dan bisa disesuaikan dengan dinamika pasar.

#### **c. Tingkat Harga**

Secara umum tingkat harga merupakan angka yang menunjukkan nilai, harga, kecepatan perkembangan, dan produksi terhadap suatu produk tertentu. Menurut Kotler dan Armstrong (2012) tingkat harga adalah rate yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, kecepatan perkembangan, dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu, biaya premi, asuransi ataupun beban biaya. tingkat harga adalah rate yaitu angka yang menunjukkan nilai, harga, kecepatan perkembangan, dan produksi berdasarkan satuan ukur tertentu, biaya premi, asuransi ataupun beban biaya. Dalam hal ini, konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Tingkat harga tersebut terkait dengan produk yang dipasarkan dan biasanya ada beberapa jenis dalam satu merk seta harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal. Dengan harga yang di tetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

#### **d. Kesesuaian Harga Dengan Manfaatnya**

Konsumen biasanya memutuskan membeli produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan

manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.

## **2. Keputusan Pembelian**

### **a. Pengertian Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian merupakan kegiatan-kegiatan individu secara langsung terlibat dalam pertukaran uang dengan barang dan jasa serta dalam proses pengambilan keputusan yang menentukan kegiatan tersebut (Setiadi, 2010). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian adalah tindakan atau keputusan dari konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak atau tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang telah diketahui. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat.

### **b. Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut (Senggetang, 2019), dan (Sanjaya, 2015) terdapat tiga indikator dalam keputusan pembelian, antara lain:

1. Kemantapan pada sebuah produk
2. Kebiasaan dalam membeli produk
3. Jumlah produk yang dibeli konsumen

## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Daftar Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
1	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian <i>Mixue</i> (Henky, 2021)	Keputusan Pembelian	Kualitas Produk dan Harga	Menyatakan hasil bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2.	Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kolaborasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim <i>Wall's Cornetto</i> Oreo di Kabupaten Tangerang (Konstansius, 2021)	Keputusan Pembelian	Citra Merek, Harga dan Kolaborasi Merek	Diperoleh hasil bahwa citra merek, harga, dan kolaborasi merek dari suatu produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen pada umumnya melihat citra merek serta harga dari suatu produk dengan kolaborasi ( <i>co-branding</i> ) menarik yang membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan memutuskan untuk membeli.
3	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi	Keputusan Pembelian	Harga, Kualitas Produk dan	Penelitian ini menyatakan bahwa tiga variabel bebas



No	Peneliti, Tahun dan Judul	Variabel Dependen	Variabel Independen	Hasil Penelitian
	Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice di Masa Pandemi <i>Covid-19</i> (Emma, 2022)		Promosi	yaitu harga, kualitas produk dan promosi secara signifikan mampu mempengaruhi proses keputusan pembelian. Kegiatan promosi sendiri ini memiliki peran penting dalam keputusan pembelian, karena promosi yang dilakukan dapat meningkatkan penjualan produknya.
4	Pengaruh Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Aice Ice Cream</i> di Kota Medan (Nurhalimah, 2018)	Keputusan Pembelian	Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk	Hasil yang diperoleh menunjukkan variabel harga, keberagaman produk dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

### C. Keterkaitan Antar Variabel

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan ialah variabel bebas (independent variable) dan variabel terikat (dependent variable). Keterkaitan antar variabel ini yaitu hubungan dimana suatu variabel dapat menjadi sebab dan akibat dari variabel lainnya.

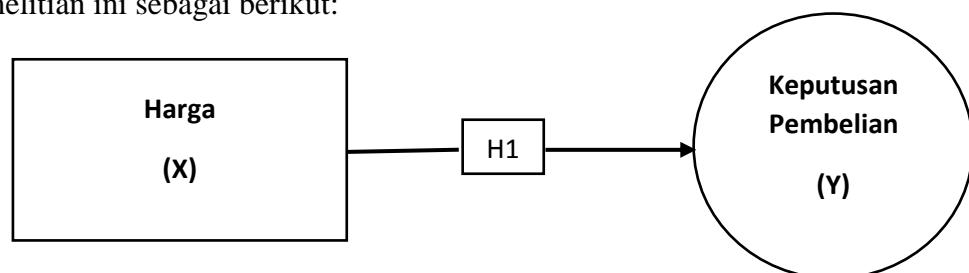
Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan. Harga juga mengkomunikasikan posisi nilai yang dimaksud

perusahaan tersebut kepada pasar tentang produk dan mereknya. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran. Harga menentukan keputusan pembelian konsumen, harga mempunyai arti yang penting, karena harga merupakan salah satu unsur penting yang dievaluasi oleh konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan harus terjangkau dan sesuai pendapatan konsumen.

#### D. Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran menurut Sugiyono (2019), merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir ini digunakan sebagai acuan agar peneliti memiliki arah penelitian yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berpikir di bawah ini menjelaskan mengenai Keputusan Pembelian yang dipengaruhi oleh Harga.

Berdasarkan perumusan masalah maka kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1  
Kerangka Pikir

**E. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, maka berikut adalah hipotesis yang akan diuji oleh peneliti ialah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis dengan data penelitian yang digunakan berupa angka-angka dan menggunakan analisis statistik. Penelitian kuantitatif ini umumnya dilakukan pada populasi dan sampel tertentu yang bersifat representatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, (Sugiyono,2018). Penelitian ini berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic untuk mengukur serta mendapatkan hasil penelitian melalui kuesioner.

Sedangkan tujuan penelitian ini yaitu untuk meneliti pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian. Pengumpulan data ini dilakukan menggunakan metode kuisisioner yang dibagikan kepada konsumen yang sudah pernah membeli *Ice Cream Mixue* yang umumnya adalah anak-anak, remaja, dan orang dewasa secara online.

#### **B. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada semua konsumen yang pernah membeli *ice cream Mixue* baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa dan berada di wilayah Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner

terhadap konsumen secara online kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian produk *ice cream Mixue*. Waktu penelitian yang terlaksana yaitu dimulai 21 April sampai 23 April 2023.

## **C. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal menarik yang ingin diteliti oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2017). Populasi juga merupakan gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa dan dapat dipandang sebagai semesta penelitian (Ferdinand, 2014). Populasi yang dituju dalam penelitian ini ialah konsumen yang sudah pernah membeli produk *ice cream Mixue* di wilayah Yogyakarta.

### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri yang dipunyai suatu populasi. Pada umumnya penelitian kuantitatif dilakukan pada sampel yang diambil secara acak (Sugiyono, 2016). Jumlah sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 100 sampel karena menurut Sugiyono (2011), memberikan saran bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 sampel. Penulis mengambil jumlah sampel tersebut setelah melihat bahwa populasinya yaitu masyarakat di Yogyakarta sangatlah besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Dengan

pertimbangan bahwa sampel yang diambil tidak terlalu banyak dan tidak terlalu sedikit, sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan penelitian.

#### **D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data**

##### **1. Sumber Data**

###### **a. Data Primer**

Penelitian ini menggunakan data primer, yaitu berupa data yang diperoleh secara langsung sumber asli tanpa perantara dan berupa informasi yang diperoleh melalui kuesioner dan keterangan dari konsumen yang berupa jawaban atas pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

###### **b. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Sugiyono, 2014). Data sekunder juga bisa diperoleh dari studi kepustakaan antara lain mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan dan sebagainya. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui sumber-sumber diluar organisasi yaitu jurnal, artikel-artikel dan internet yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian.

## 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuisisioner atau angket. Kuisisioner yaitu teknik pengumpulan data yang ditunjukkan kepada responden dengan menjawab seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis (Sugiyono, 2016). Penelitian ini memakai kuisisioner secara online di google formulir yang ditujukan kepada konsumen yang sudah melakukan pembelian produk *ice cream Mixue* berisi pertanyaan yang dapat disebar dengan mudah melalui perangkat digital seperti smartphone atau laptop, sehingga responden dapat dengan mudah menjawab. Google form dapat diakses melalui link sebagai berikut <https://forms.gle/J7EeA2TuGc9aoVVa7>. Data yang diperoleh lewat pengisian kuisisioner kemudian diukur dengan skala likert. Menurut Sugiyono (2018) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Variabel yang akan diukur melalui skala likert akan dijabarkan dalam beberapa indikator variabel. Lalu indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun beberapa instrument berupa pertanyaan.

Jawaban dari kuisisioner setiap item instrument yang menggunakan skala likert memiliki tingkatan dari sangat positif sampai sangat negative, yang diwakili oleh kata-kata sebagai berikut (Fendya & Wibawa, 2018):

Tabel 3.1  
Kriteria Penilaian Skala Likert

No	Jawaban	Bobot
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### E. Definisi Operasional

Tabel 3.2  
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	<b>Harga (X)</b>	Harga ialah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Kotler & Armstrong, 2008)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Konsumen cenderung membentuk gambaran tingkatan suatu produk melalui harga.</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan manfaat. Harga adalah pernyataan dari nilai suatu produk. Nilai merupakan rasio atau perbandingan antara persepsi terhadap manfaat dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk.</li> <li>3. Harga bersaing. Harga merupakan elemen yang paling mudah dan bisa disesuaikan dengan dinamika pasar. (Anwar &amp; Satrio, 2015)</li> </ol>



No	Variabel	Definisi	Indikator
2	<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses seorang konsumen mengetahui masalahnya, menggali informasi mengenai produk tertentu, melakukan evaluasi pada produk tersebut agar diketahui dapatkah alternatif tersebut mengatasi masalahnya, dan selanjutnya proses demikian menjurus pada pembelian. Kotler & Amstrong (2017)	1. Kemantapan pada sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Jumlah produk yang dibeli konsumen (Senggetang, 2019) dan (Sanjaya, 2015)

#### F. Uji Kualitas Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas)

Sebuah kualitas instrument akan mempengaruhi kualitas sebuah penelitian. Dalam penelitian, kualitas instrument penelitian berkenaan dengan validasi dan reliabilitas instrumen.

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Sebuah instrument atau kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada instrument atau kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut (Ghozali, 2018).

Uji validitas dinyatakan valid apabila nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dari 5%, maka pertanyaan atau indikator itu valid, demikian jika nilai signifikan yang didapatkan lebih besar dari 5%, maka pertanyaan atau indikator itu tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja dengan koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ).

Tujuan perhitungan koefisien keandalan adalah untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden. Jika nilai alpha lebih besar dari 0,60 maka kuesioner dapat dikatakan memenuhi konsep reliabilitas, sedangkan jika nilai alpha lebih kecil dari 0.60 maka kuesioner tidak memenuhi konsep reliabilitas sehingga pertanyaan tidak dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian (Ghozali, 2012).

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistika dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan pengelola data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

### 1. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana (*simple analysis linear*)

merupakan analisis regresi linear dengan jumlah variabel pengaruhnya hanya satu. (Taniredja dan Mustafidah, 2012).

a. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan. Untuk dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal yakni dengan membandingkan nilai signifikansi dengan probabilitas 0,05. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$  artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, sedangkan jika signifikansi  $> 0,05$  artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang pernah atau telah membeli produk *ice cream Mixue*. Sampel yang dipilih adalah sebanyak 100 orang responden.

Adapun karakteristik responden sebagai berikut:

- a. Karakteristik responden berdasarkan usia adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	15-20 tahun	12	12.0%
2	21-30 tahun	68	68.0%
3	31-40 tahun	16	16.0%
4	41-50 tahun	4	4.0%
Total		100	100.0%

Sumber: Frekuensi Karakteristik Responden (Lampiran 3)

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden produk *ice cream mixue* berumur 15-20 tahun sebanyak 12 responden (12.0%), umur 21-30 tahun sebanyak 68 responden (68.0%), umur 31-40 tahun sebanyak 16 responden (16.0%), dan umur 41-50 tahun sebanyak 4 responden (4%), artinya responden

yang pernah atau telah melakukan pembelian produk ice cream mixue berkisar pada umur 21-30 tahun.

- b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	43	43.0%
2	Perempuan	57	57.0%
Total		100	100.0%

Sumber: Frekuensi Karakteristik Responden (Lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa responden yang terdiri dari laki-laki berjumlah 43 responden dan perempuan berjumlah 57 responden dengan jumlah presentase sebesar (100%), dimana menunjukkan bahwa konsumen berdominasi perempuan.

- c. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	PNS	9	9.0%
2	Karyawan Swasta	22	22.0%
3	Mahasiswa	31	31.0%
5	Lain-lain	38	38.0%
Total		100	100.0%

Sumber: Frekuensi Karakteristik Responden (Lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.3 diketahui bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak adalah Lain-lain (tenaga kerja lepas, siswa/siswi SMA, dan para pengunjung dari luar kota) dengan jumlah 38 responden (38.0%), diikuti mahasiswa dengan jumlah 31 responden (31.0%), lalu karyawan swasta dengan jumlah 22 responden (22.0%), dan PNS dengan jumlah 9 responden (9.0%).

- d. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Presentase
1	< Rp1.000.000	17	17.0%
2	Rp1.000.000-Rp2.000.000	37	37.0%
3	Rp2.000.000-Rp3.000.000	16	16.0%
4	> Rp3.000.000	30	30.0%
Total		100	100.0%

Sumber: Frekuensi Karakteristik Responden (Lampiran 3)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari keseluruhan jumlah responden yang ada, responden yang memiliki pendapatan Rp1.000.000-Rp2.000.000 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden 37 orang (37.0%), diikuti responden yang memiliki pendapatan >Rp3.000.000 dengan jumlah responden 30 orang (30.0%), kemudian responden yang memiliki pendapatan <Rp1.000.000 dengan jumlah responden 17 orang (17.0%) dan responden yang memiliki pendapatan Rp2.000.000-

Rp3.000.000 dengan jumlah responden 16 orang (16.0%). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen yang melakukan pembelian produk ice cream mixue lebih didominasi oleh kalangan yang memiliki pendapatan kisaran Rp2.000.000-Rp3.000.000.

## 2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji valid dan tidaknya suatu item pernyataan (instrument) dari variabel Harga (X) dan Keputusan Pembelian (Y). Berikut adalah hasil uji validitas terkait:

#### 1) Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X)

Jumlah pernyataan dalam kuisisioner penelitian harga terdiri dari 5 item pertanyaan. Hasil dari uji validitas untuk setiap item pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Item Pernyataan Harga (X)

Item Pernyataan	Korelasi Pearson	Signifikan	Keterangan
Item 1	0,599	0,000	Valid
Item 2	0,594	0,000	Valid
Item 3	0,674	0,000	Valid
Item 4	0,650	0,000	Valid
Item 5	0,633	0,000	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas (Lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang berjumlah 5 item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan software SPSS versi 20.0 for windows menghasilkan nilai signifikan 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05.

## 2) Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Jumlah pernyataan dalam kuisisioner penelitian keputusan pembelian (Y) terdiri dari 5 item pertanyaan. Hasil dari uji validitas untuk setiap item pertanyaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	Korelasi Pearson	Signifikan	Keterangan
Item 1	0,669	0,000	Valid
Item 2	0,628	0,000	Valid
Item 3	0,577	0,000	Valid
Item 4	0,660	0,000	Valid
Item 5	0,688	0,000	Valid

Sumber: Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliablilitas (Lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan yang berjumlah 5 item dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian karena berdasarkan hasil uji menggunakan software SPSS versi 20.0 for



windows menghasilkan nilai signifikan 0,000 dimana hasil tersebut lebih kecil dari 0,05 atau 5%.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuisioner dikatakan reliabilitas jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Maka dalam melakukan pengujian reliabilitas terhadap item-item pernyataan variabel tersebut menggunakan *Cronbach alpha*. Adapun hasil uji reliabilitas dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> ( $\alpha$ )	Kesimpulan	Keterangan
Harga (X)	0,617	>0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,645	>0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas

(Lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa semua variabel terikat dalam penelitian ini yaitu variabel harga (X) dan keputusan pembelian (Y) dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* ( $\alpha$ ) menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,6 atau 60%.

### 3. Hasil Analisis Data

#### a. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi sederhana karena untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *ice cream Mixue*. Hasil perhitungan dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.8

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Variabel	<i>Standardized Coefficient (Beta)</i>	t	Sig.
Harga (X)	0,329	3,448	0,001
F hitung	11.891		
R	0,329		
<i>R square</i>	0,108		

Sumber: Analisis Hasil Data (Lampiran 5)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas diketahui bahwa nilai t hitung = 3,448 dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi ada pengaruh variabel harga (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) konsumen pada produk *ice cream Mixue* maka hipotesis diterima dimana jika harga meningkat maka keputusan pembelian tidak terjangkau atau menurun dan jika harga menurun maka keputusan pembelian meningkat karena harga dapat terjangkau oleh konsumen.

## B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas, baik pernyataan untuk variabel independen yaitu harga memiliki nilai positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Semua item valid dan dapat digunakan untuk instrument atau alat ukur penelitian karena nilai signifikan atau  $< 5\%$ .

Berdasarkan uji reliabilitas, menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut baik X maupun Y dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai Cronbach's Alpha ( $\alpha$ ) lebih dari 0,6. Dengan demikian semua item dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang menggunakan regresi linear sederhana diketahui bahwa nilai signifikansi variabel harga kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,001. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan harga (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *ice cream mixue* dalam penelitian ini diterima. Artinya bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian, apabila harga meningkat maka keputusan pembelian tidak terjangkau atau menurun dan jika harga menurun maka keputusan pembelian meningkat karena harga dapat terjangkau oleh konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurhalimah (2018), Henky (2021), Konstansius (2021) dan Emma (2022) yang menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan hasil uji hipotesis regresi linear sederhana dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *ice cream Mixue* sehingga hipotesis dapat diterima. Dapat dikatakan bahwa harga dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk yang dimana dalam penelitian ini adalah *ice cream Mixue*.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini maka peneliti memiliki saran sebagai berikut:

1. Bagi konsumen, harga merupakan faktor yang paling berpengaruh dalam menentukan pembelian. Oleh karena itu konsumen atau pembeli juga diharapkan memperhatikan harga suatu produk sehingga nantinya memutuskan untuk melakukan pembelian atau tidaknya.
2. Bagi Perusahaan Ice Cream Mixue, harus dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen yaitu dengan cara menyesuaikan harga produknya sesuai dengan yang tertera agar konsumen tidak kecewa dengan pihak perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya, dengan topik yang sejenis disarankan dapat menambahkan variabel-variabel lainnya dan disarankan memperluas jangkauan penelitian sehingga hasil penelitian yang didapat mendapatkan manfaat yang lebih baik untuk kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, & Satrio. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , volume 4 nomor 12.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Fendya dan, & Wibawa. (2018). *Kriteria Penilaian Skala Likert*. Diakses dari <https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/10724>
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan, & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi Tiga Belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi kedua belas. Jilid 1*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, & Armstrong. (2008). *Manajemen Pemasaran. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian, Jilid 1*
- Kotler, & Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran. Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian, vol 14 jilid 1*.
- Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid 1 Edisi tiga belas*. . Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, & Puspitaningtyas. (2016). *Metode Penelitian: Definisi Operasional Variabel*. Diakses dari <http://repository.stei.ac.id/5174/4>
- Lewis, & Achmad. (1994; 2002). Pengaruh Perkiraan Biaya Produksi dan Laba Yang Diinginkan Terhadap Harga Jual Pada Industri Genteng Pres. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen, Dinamika vol 11,*, 51.
- Lubis, N. (2018). *Pengaruh Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Aice Ice Cream di Kota Medan*. Diakses dari <http://repository.uinsu.ac.id/5318/1>

- Muallifa, E. S. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice di Masa Pandemi Covid-19*. Diakses dari <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/3123/1>
- Nugroho, S. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Nurhalimah. (2018). *Pengaruh Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Aice Ice Cream di Kota Medan*.
- Sanjaya, & Senggetang. ((2015,2019)). *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 108–122.
- Sekaran dan, & Bougie. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis. Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Setiadi. (2010). *Perilaku Konsumen. Cetakan 4. Edisi Revisi*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif: Pengertian Data Sekunder*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Kerangka Pikir Dalam Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Taniredja, & Mustafidah. (2012). *Penelitian Kuantitatif: Uji Hipotesis (Regresi Linear Sederhana)*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, f. (n.d.). *Pemasaran Jasa*. Diakses dari <http://etheses.iainkediri.ac.id>
- Wahyudi, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mixue di Kota Bandung*. Diakses dari <https://www.scribd.com/document>
- Wijaya, K. L. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kolaborasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Cornetto Oreo di Kabupaten Tangerang*. Diakses dari <http://repositori.buddhidharma.ac.id/1520/1>

# **LAMPIRAN**



**Lampiran 1**  
**Lembar Kuisisioner**

## **KUESIONER PENELITIAN**

Kepada,  
Yth. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Saya adalah mahasiswa Diploma 3 manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Bisnis Kumala Nusa, sedang melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue” dalam rangka penyelesaian tugas akhir. Berikut identitas saya:

Nama: Maria Yuliati Soka

Nim: 20001660

Sehubung dengan maksud tersebut, saya mohon untuk kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuisisioner dan menjawab kuisisioner penelitian berikut ini dengan sejujur-jujurnya sesuai dengan yang dirasakan. Bapak/Ibu/Saudara/Saudari tidak perlu khawatir dengan jawaban yang diberikan karena identitas responden sepenuhnya akan kami rahasiakan. Adapun hasil yang dipublikasikan berupa data keseluruhan bukan data individual.

Jika Bapak/Ibu/Saudara/Saudari yang mengalami kesulitan dalam pengisian kuisisioner ini, maka dapat mengkomunikasikan langsung kepada peneliti ke WA 081253958753 atau email [yuliatimaria002@gmail.com](mailto:yuliatimaria002@gmail.com). Mohon pastikan bahwa semua pertanyaan sudah diisi dengan lengkap, sehingga kuisisioner ini bisa digunakan dan diolah lebih lanjut. Atas kerjasama dan waktu yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari berikan, saya ucapkan terima kasih.

Salam Hormat,

Maria Yuliati Soka  
20001660

Apakah anda pernah melakukan pembelian produk Ice Cream Mixue?

- a. Sudah
- b. Belum (jika belum maka tidak bisa melakukan pengisian kuisisioner)

**I. Identitas Responden**

- 1. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
- 2. Umur
- 3. Pekerjaan
  - a. PNS
  - b. Karyawan Swasta
  - c. Mahasiswa
  - d. Lain-lain
- 4. Pendapatan
  - a. <Rp1.000.000
  - b. Rp1.000.000-Rp2.000.000
  - c. Rp2.000.000-Rp3.000.000
  - d. >Rp3.000.000

**II. Petunjuk Pengisian**

Berilah tanda Checklist (P) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

STS : Sangat Tidak Setuju = 1

TS : Tidak Setuju = 2

N : Netral = 3

S : Setuju = 4

SS : Sangat Setuju = 5

## Daftar Kuisisioner

### Harga (X)

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
H1	Harga produk ice cream mixue terjangkau di semua kalangan masyarakat.					
H2	Harga produk ice cream mixue bervariasi sesuai dengan ukurannya.					
H3	Produk ice cream mixue memiliki harga sesuai dengan harapan saya.					
H4	Harga produk ice cream mixue dapat bersaing dengan produk lain.					
H5	Harga produk ice cream mixue sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					

### Keputusan Pembelian (Y)

Kode	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
KP1	Saya memutuskan membeli produk ice cream mixue karena produk yang dijual sesuai dengan keinginan saya.					
KP2	saya tertarik dan ingin mencoba produk ice cream mixue.					
KP3	Saya akan membeli lagi produk ice cream mixue di lain waktu.					
KP4	Saya merasa puas dengan produk ice cream mixue.					
KP5	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk ice cream mixue.					

**Lampiran 2**  
**Hasil Data Kuisiner**

**Variabel Harga (X)**

No Responden	Harga (X)					Total X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	
1	4	5	4	5	4	22
2	5	4	5	4	4	22
3	5	5	5	3	5	23
4	4	2	5	5	4	20
5	4	5	5	5	4	23
6	5	4	5	5	5	24
7	5	3	5	4	4	21
8	5	5	3	3	5	21
9	4	5	5	3	4	21
10	5	5	5	5	5	25
11	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25
13	4	5	4	5	4	22
14	4	4	4	4	4	20
15	3	3	3	3	3	15
16	4	5	4	5	4	22
17	5	5	5	5	5	25
18	4	5	3	4	5	21
19	3	3	3	5	4	18
20	4	4	4	4	4	20
21	4	5	4	5	4	22
22	4	5	4	3	5	21
23	4	4	4	4	4	20
24	4	5	4	5	4	22
25	3	3	3	3	3	15
26	4	5	5	5	4	23
27	5	5	5	5	5	25
28	4	5	3	4	5	21
29	5	5	3	5	4	22
30	5	4	5	4	5	23
31	3	5	4	4	4	20
32	5	4	4	5	4	22
33	5	5	5	5	5	25
34	4	4	5	3	4	20
35	4	5	4	5	4	22

36	4	5	5	5	4	23
37	5	5	5	4	4	23
38	4	5	3	4	4	20
39	4	5	4	5	4	22
40	4	5	4	5	5	23
41	5	4	4	5	3	21
42	5	4	4	5	5	23
43	5	4	4	5	4	22
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	4	4	4	20
46	4	5	5	4	5	23
47	5	5	5	5	5	25
48	5	4	5	4	4	22
49	3	5	4	3	4	19
50	4	5	5	5	5	24
51	4	5	5	5	4	23
52	5	4	4	3	4	20
53	4	5	4	4	3	20
54	3	3	3	3	3	15
55	4	4	3	5	5	21
56	4	4	5	4	5	22
57	4	5	4	5	4	22
58	4	4	4	4	4	20
59	5	3	5	4	4	21
60	4	5	4	4	3	20
61	5	5	4	5	4	23
62	5	5	4	4	3	21
63	4	4	4	4	4	20
64	5	5	5	5	5	25
65	5	3	3	5	5	21
66	5	4	5	4	5	23
67	5	5	4	5	5	24
68	5	4	5	4	5	23
69	4	4	5	4	5	22
70	5	5	4	4	4	22
71	5	5	4	5	5	24
72	4	4	4	4	4	20
73	4	5	4	5	5	23
74	5	4	3	2	5	19

75	5	4	5	5	4	23
76	4	5	5	5	5	24
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	4	5	5	4	23
80	4	5	5	5	5	24
81	4	5	4	5	4	22
82	5	2	2	4	5	18
83	5	3	5	2	5	20
84	5	5	5	5	5	25
85	5	4	5	5	5	24
86	4	4	4	4	4	20
87	5	4	5	4	5	23
88	5	5	5	5	5	25
89	4	5	4	5	4	22
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	4	5	4	4	5	22
93	5	4	5	5	4	23
94	5	5	5	5	5	25
95	4	4	5	4	4	21
96	4	4	5	4	4	21
97	4	5	5	5	5	24
98	5	4	5	5	4	23
99	5	4	5	4	5	23
100	4	5	5	5	5	24



### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Keputusan Pembelian (Y)					Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	4	5	4	22
2	5	5	4	5	5	24
3	5	5	5	5	5	25
4	3	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	5	25
6	5	5	4	5	5	24
7	4	5	4	5	5	23
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	4	24
10	4	4	4	4	4	20
11	5	5	5	5	5	25
12	5	4	3	5	5	22
13	5	4	5	5	4	23
14	5	5	5	5	5	25
15	3	3	3	3	3	15
16	5	5	5	4	4	23
17	5	5	5	5	5	25
18	5	4	5	3	5	22
19	4	5	4	5	4	22
20	5	5	5	5	5	25
21	5	5	5	5	5	25
22	5	5	4	4	5	23
23	5	5	4	5	4	23
24	5	5	5	4	5	24
25	4	4	4	4	4	20
26	5	5	5	5	5	25
27	5	4	5	4	5	23
28	4	5	5	4	5	23
29	5	5	4	5	5	24
30	5	5	5	5	5	25
31	5	4	5	5	5	24
32	4	5	3	5	5	22
33	4	5	4	5	4	22
34	5	4	4	5	4	22
35	5	5	5	5	5	25

36	5	5	5	4	5	24
37	4	5	5	5	5	24
38	4	4	4	4	4	20
39	4	5	4	5	5	23
40	5	3	4	5	4	21
41	5	4	5	5	5	24
42	5	5	4	5	4	23
43	4	5	4	5	5	23
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	5	5	22
46	5	5	5	4	4	23
47	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	5	5	22
49	5	5	3	4	5	22
50	4	3	5	4	5	21
51	5	5	5	5	4	24
52	5	4	4	5	4	22
53	5	5	5	5	5	25
54	5	4	4	5	4	22
55	4	4	5	3	4	20
56	4	5	5	4	3	21
57	5	4	5	4	4	22
58	5	5	5	5	5	25
59	4	4	5	4	4	21
60	5	5	4	5	5	24
61	5	5	5	5	5	25
62	4	5	5	5	5	24
63	5	4	5	5	4	23
64	4	5	5	5	5	24
65	5	5	5	5	5	25
66	5	3	5	5	5	23
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	4	5	24
69	5	5	5	5	5	25
70	4	5	5	4	4	22
71	5	5	5	5	5	25
72	4	5	5	5	5	24
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20

75	5	5	5	5	5	25
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	4	5	5	24
79	5	4	5	5	4	23
80	3	4	5	4	4	20
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25
83	4	4	4	4	5	21
84	5	5	5	5	4	24
85	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25
87	5	3	5	5	5	23
88	5	5	5	5	5	25
89	4	5	4	3	4	20
90	5	5	5	4	5	24
91	5	5	5	4	5	24
92	5	4	4	5	5	23
93	3	5	5	4	5	22
94	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	5	5	25
96	5	4	5	5	5	24
97	5	5	5	5	5	25
98	5	4	4	5	5	23
99	5	5	5	5	5	25
100	5	4	5	4	5	23

**Lampiran 3**  
**Karakteristik Responden**

No	Jenis Kelamin	Umur	Pekerjaan	Pendapatan
1	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
2	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
3	Laki-Laki	21	Mahasiswa	<Rp1.000.000
4	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
5	Laki-Laki	26	Lain-lain	<Rp1.000.000
6	Laki-Laki	35	Karyawan Swasta	Rp2.000.000-Rp3.000.000
7	Perempuan	20	Mahasiswa	<Rp1.000.000
8	Laki-Laki	15	Lain-lain	<Rp1.000.000
9	Perempuan	18	Lain-lain	<Rp1.000.000
10	Perempuan	21	Mahasiswa	<Rp1.000.000
11	Perempuan	26	Karyawan Swasta	Rp2.000.000-Rp3.000.000
12	Laki-Laki	36	PNS	>Rp3.000.000
13	Perempuan	37	Lain-lain	>Rp3.000.000
14	Perempuan	26	Mahasiswa	>Rp3.000.000
15	Perempuan	22	Lain-lain	<Rp1.000.000
16	Perempuan	27	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
17	Laki-Laki	48	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
18	Perempuan	38	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
19	Perempuan	42	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
20	Perempuan	21	Mahasiswa	<Rp1.000.000
21	Perempuan	25	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
22	Laki-Laki	18	Lain-lain	<Rp1.000.000
23	Laki-Laki	20	Lain-lain	<Rp1.000.000
24	Perempuan	32	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
25	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
26	Perempuan	43	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
27	Laki-Laki	22	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000

28	Perempuan	28	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
29	Perempuan	19	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
30	Perempuan	35	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
31	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
32	Perempuan	28	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
33	Laki-Laki	29	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
34	Laki-Laki	30	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
35	Perempuan	27	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
36	Perempuan	24	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
37	Perempuan	19	Mahasiswa	<Rp1.000.000
38	Perempuan	23	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
39	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
40	Laki-Laki	25	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
41	Laki-Laki	18	Lain-lain	<Rp1.000.000
42	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
43	Laki-Laki	24	Lain-lain	>Rp3.000.000
44	Perempuan	26	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
45	Laki-Laki	18	Lain-lain	<Rp1.000.000
46	Perempuan	33	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
47	Perempuan	27	Lain-lain	>Rp3.000.000
48	Laki-Laki	20	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
49	Perempuan	22	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
50	Laki-Laki	23	Mahasiswa	<Rp1.000.000
51	Perempuan	17	Lain-lain	<Rp1.000.000
52	Laki-Laki	24	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
53	Laki-Laki	22	Mahasiswa	<Rp1.000.000

54	Perempuan	24	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
55	Laki-Laki	25	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
56	Laki-Laki	28	Lain-lain	>Rp3.000.000
57	Perempuan	26	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
58	Perempuan	30	PNS	Rp2.000.000-Rp3.000.000
59	Laki-Laki	28	Karyawan Swasta	Rp1.000.000-Rp2.000.000
60	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
61	Laki-Laki	30	PNS	Rp1.000.000-Rp2.000.000
62	Laki-Laki	30	Karyawan Swasta	Rp2.000.000-Rp3.000.000
63	Perempuan	29	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
64	Perempuan	24	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
65	Laki-Laki	24	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
66	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
67	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
68	Laki-Laki	28	Lain-lain	Rp2.000.000-Rp3.000.000
69	Perempuan	18	Lain-lain	<Rp1.000.000
70	Laki-Laki	27	Lain-lain	Rp2.000.000-Rp3.000.000
71	Perempuan	43	Lain-lain	>Rp3.000.000
72	Laki-Laki	32	Lain-lain	>Rp3.000.000
73	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
74	Laki-Laki	27	Lain-lain	>Rp3.000.000
75	Perempuan	26	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
76	Laki-Laki	26	Lain-lain	Rp2.000.000-Rp3.000.000
77	Perempuan	27	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
78	Laki-Laki	26	Karyawan Swasta	Rp1.000.000-Rp2.000.000
79	Laki-Laki	28	Lain-lain	>Rp3.000.000

80	Laki-Laki	33	Lain-lain	>Rp3.000.000
81	Perempuan	21	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
82	Laki-Laki	25	Karyawan Swasta	Rp1.000.000-Rp2.000.000
83	Laki-Laki	27	Lain-lain	Rp2.000.000-Rp3.000.000
84	Perempuan	24	Lain-lain	>Rp3.000.000
85	Laki-Laki	27	Karyawan Swasta	Rp2.000.000-Rp3.000.000
86	Perempuan	28	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
87	Laki-Laki	25	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
88	Laki-Laki	33	Lain-lain	>Rp3.000.000
89	Perempuan	29	Lain-lain	>Rp3.000.000
90	Perempuan	35	Lain-lain	>Rp3.000.000
91	Laki-Laki	33	Lain-lain	>Rp3.000.000
92	Perempuan	23	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
93	Laki-Laki	35	Lain-lain	Rp2.000.000-Rp3.000.000
94	Perempuan	25	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
95	Perempuan	25	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
96	Perempuan	24	Mahasiswa	Rp1.000.000-Rp2.000.000
97	Laki-Laki	29	Karyawan Swasta	>Rp3.000.000
98	Laki-Laki	26	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
99	Perempuan	26	Lain-lain	Rp1.000.000-Rp2.000.000
100	Laki-Laki	30	Lain-lain	>Rp3.000.000



**Lampiran 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia,  
Jenis Kelamin, Pekerjaan dan Pendapatan**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia  
Umur**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 15-20 tahun	12	12.0	12.0	12.0
21-30 tahun	68	68.0	68.0	80.0
31-40 tahun	16	16.0	16.0	96.0
41-50 tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin  
Jenis Kelamin**

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	43	43.0	43.0	43.0
Perempuan	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	9	9.0	9.0	9.0
Karyawan Swasta	22	22.0	22.0	31.0
Mahasiswa	31	31.0	31.0	62.0
Lain-Lain	38	38.0	38.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <Rp1.000.000	17	17.0	17.0	17.0
Rp1.000.000- Rp2.000.000	37	37.0	37.0	54.0
Rp2.000.000- Rp3.000.000	16	16.0	16.0	70.0
>Rp3.000.000	30	30.0	30.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Lampiran 5**  
**Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

### 1. Uji Validitas Variabel Harga (X)

		Correlations					
		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	.031	.358**	.201*	.418**	.599**
	Sig. (2-tailed)		.756	.000	.045	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.2	Pearson Correlation	.031	1	.208*	.337**	.218*	.594**
	Sig. (2-tailed)	.756		.038	.001	.030	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.3	Pearson Correlation	.358**	.208*	1	.246*	.285**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038		.014	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.4	Pearson Correlation	.201*	.337**	.246*	1	.179	.650**
	Sig. (2-tailed)	.045	.001	.014		.075	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X.5	Pearson Correlation	.418**	.218*	.285**	.179	1	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.004	.075		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X	Pearson Correlation	.599**	.594**	.674**	.650**	.633**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 2. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.170	.273**	.389**	.326**	.669**
	Sig. (2-tailed)		.090	.006	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.170	1	.226*	.278**	.313**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.090		.024	.005	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.273**	.226*	1	.091	.252*	.577**
	Sig. (2-tailed)	.006	.024		.369	.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.389**	.278**	.091	1	.375**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.369		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.326**	.313**	.252*	.375**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.011	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.669**	.628**	.577**	.660**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## 3. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.617	5

## 4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.645	5

**Lampiran 6**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.329 <sup>a</sup>	.108	.099	1.684

a. Predictors: (Constant), Total\_X

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.348	1.726		10.054	.000
	Total_X	.270	.078	.329	3.448	.001

a. Dependent Variable: Total\_Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	33.729	1	33.729	11.891	.001 <sup>b</sup>
	Residual	277.981	98	2.837		
	Total	311.710	99			

a. Dependent Variable: Total\_Y

b. Predictors: (Constant), Total\_X