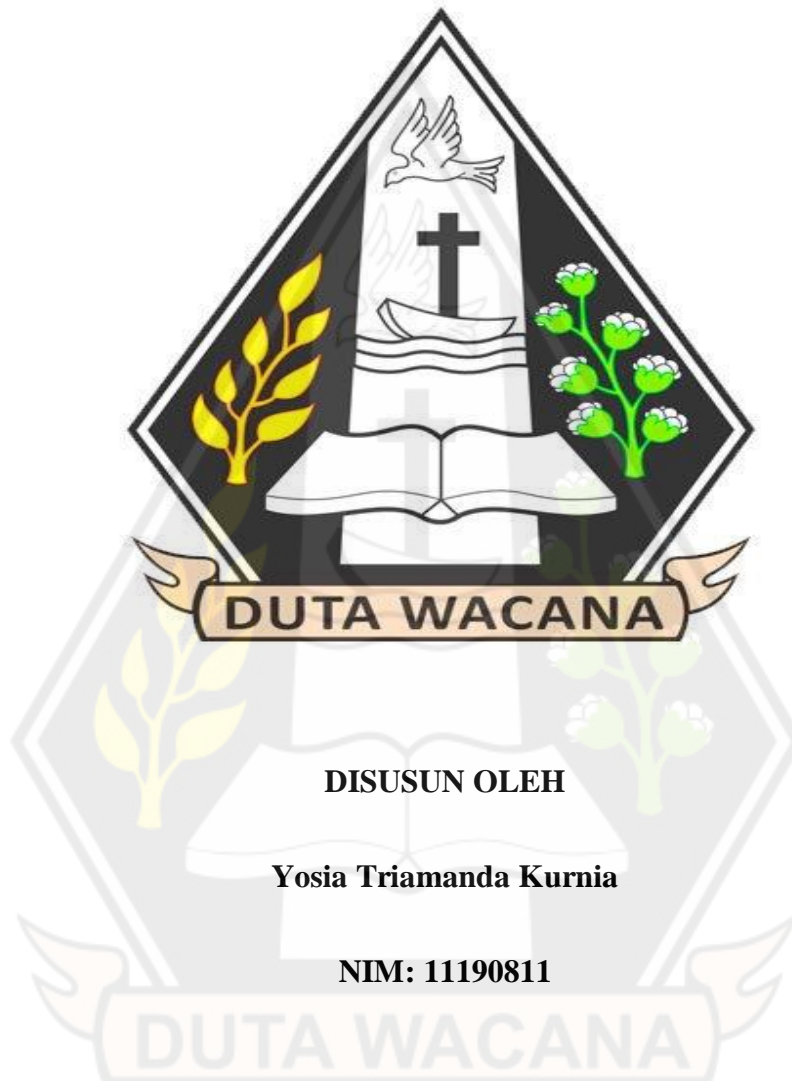


**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE  
CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**



**DISUSUN OLEH**

**Yosia Triamanda Kurnia**

**NIM: 11190811**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PENGAJUAN**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**Yosia Triamanda Kurnia**

**11190811**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosia Triamanda Kurnia  
NIM : 11190811  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mixue Cabang Gejayan Yogyakarta”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 3 Juli 2023

Yang menyatakan



(Yosia Triamanda Kurnia)  
NIM.11190811

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**YOSIA TRIAMANDA KURNIA**

**11190811**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen (S.M) Pada tanggal 22 Juni 2023

**Nama Dosen**

**Tanda Tangan**

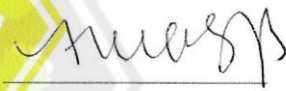
1. Dr. Singgih Santoso, MM

(Ketua Tim Penguji dan Dosen Pembimbing)



2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM

(Tim Penguji)



3. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

(Tim Penguji)



Yogyakarta, 26 Juni 2023

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



**Dr. Perminas Pangeran, M.Si.**



**Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.d**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA”**

Saya kerjakan guna memenuhi sebagian syarat – syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah MURNI hasil pekerjaan saya dan bukan tiruan atau duplikasi dari karya pihak yang lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lainnya, maka saya bersedia diberikan sanksi, yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 31 Mei 2023



Yosia Triamanda Kurnia (11190811)

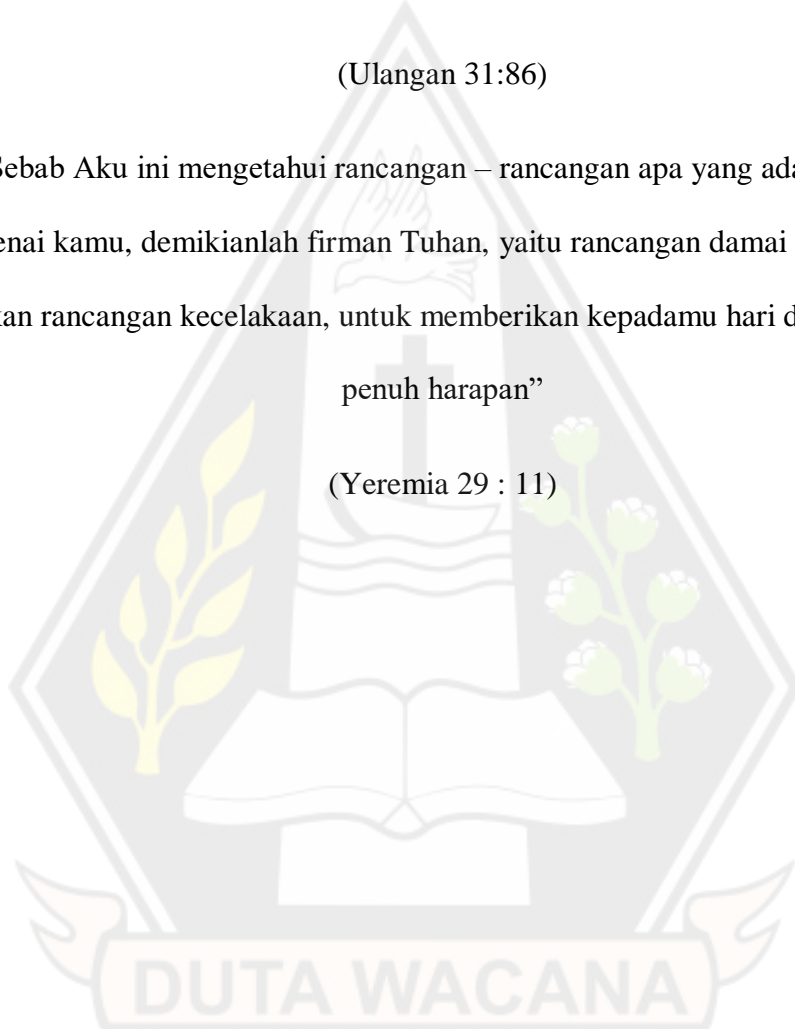
## HALAMAN MOTTO

“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 31:86)

“Sebab Aku ini mengetahui rancangan – rancangan apa yang ada padaKu mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan, yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan”

(Yeremia 29 : 11)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat dalam membantu dan mensupport serta memberi saran dalam pembuatan skripsi ini sehingga proses dala penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan baik dan lancar.

1. Tuhan Yesus yang selalu memberikan berkat yang berlimpah dan kesehatan untuk saya dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat selesai dengan baik.
2. Kepada Bapak saya Kurniawan Kristianto Utomo dan Ibu saya Atfalina Indah Widiyanti yang telah memberikan doa dan dukungan dalam segala aktivitas saya selama ini.
3. Kepada Kakek saya Tri Utomo dan Nenek saya Sri Muryani yang telah memberikan doa dan support untuk saya.
4. Kepada kakak saya Ananda Mardasurya Kurnia dan Hizkia Winandra Dwi Kurnia yang telah memberikan doa dan semangat bagi saya dalam segala proses penyusunan skripsi ini.
5. Kepada dosen pembimbing saya Bapak Dr. Singgih Santoso, SE., MM yang selama ini telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberika bimbingan serta arahan dalam penyusunan skripsi.
6. Kepada teman-teman saya yang telah membantu dan memberikan masukan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA”** studi kasus pada konsumen di Toko Mixue cabang Gejayan Yogyakarta. Skripsi ini ditulid sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi bahan masukan bagi rekan-rekan dalam menyusun skripsi.

Yogyakarta, 05 Juni 2023

Penulis



Yosia Triamanda Kurnia



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGAJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
<b>BAB II</b> .....	<b>7</b>
<b>LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
2.1    Landasan Teori .....	7
2.1.1    Definisi Citra Merek .....	7
2.1.2    Definisi Persepsi Harga .....	8
2.1.3    Definisi Kualitas Pelayanan.....	10
2.1.4    Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.2    Pengembangan Hipotesis .....	15
2.2.1    Hubungan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	15
2.2.2    Hubungan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	15
2.2.3    Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	16
<b>BAB III</b> .....	<b>18</b>
<b>METODE PENELITIAN</b> .....	<b>18</b>
3.1    Ruang Lingkup Penelitian.....	18
3.2    Sampel dan Data Penelitian.....	18
3.2.1    Populasi .....	18

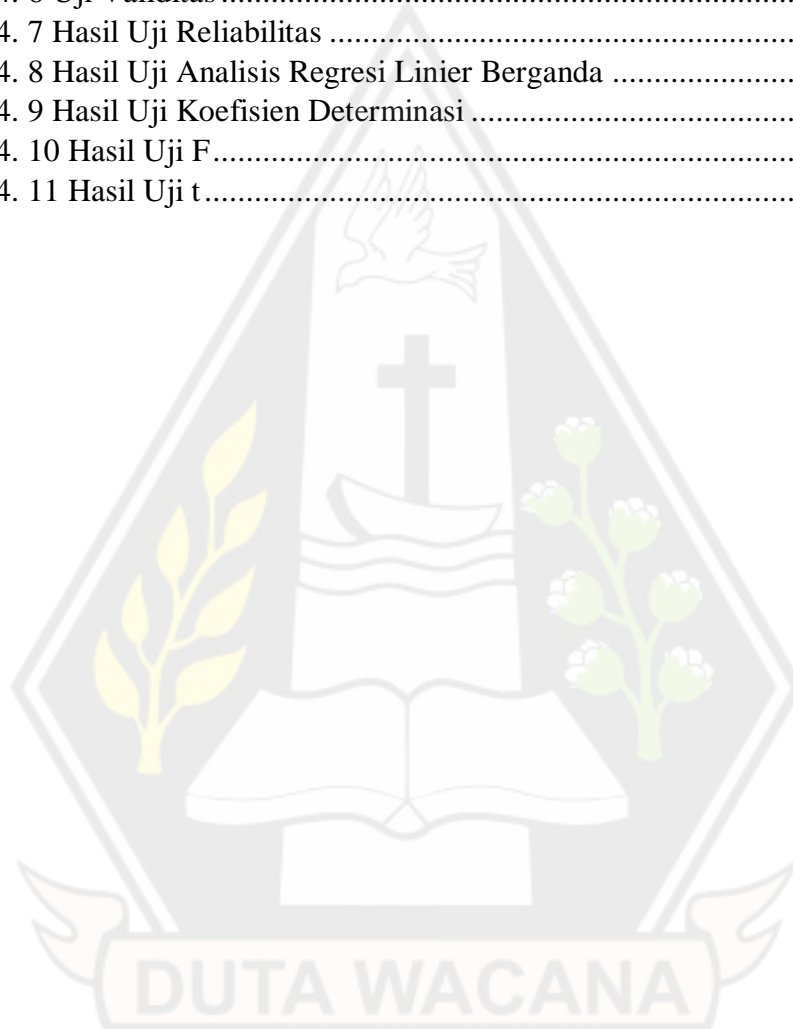
3.2.2	Sampel .....	18
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	19
3.2.4	Metode Pengumpulan Data.....	19
3.3	Identifikasi Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	20
3.3.1	Variabel Penelitian .....	20
3.3.2	Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	20
3.3.3	Operasional Variabel Penelitian.....	21
3.4	Metode Analisis Data.....	24
3.4.1	Uji Instrumen Penelitian.....	24
1.	Uji Validitas .....	24
2.	Uji Reliabilitas.....	25
3.4.2	Analisis Deskriptif .....	25
3.4.3	Analisis Regresi Linear Berganda.....	26
3.4.4	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	26
3.4.5	Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	27
3.4.6	Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	27
<b>BAB IV</b>	.....	<b>29</b>
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	.....	<b>29</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	29
4.2	Karakteristik Responden .....	29
4.2.1	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
4.2.2	Berdasarkan Usia .....	30
4.2.3	Berdasarkan Pekerjaan .....	31
4.2.4	Pengeluaran Perbulan .....	32
4.2.5	Jumlah Pembelian dalam tiga (3) Bulan terakhir .....	33
4.3	Uji Instrumental Data.....	34
4.3.1	Uji Validitas.....	34
4.3.2	Uji Reliabilitas .....	35
4.4	Uji Hipotesis.....	36
4.4.1	Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
4.4.2	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	38
4.4.3	Uji F (Uji Simultan) .....	39
4.4.4	Uji t (Uji Parsial).....	39
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	41
4.5.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian .....	41
4.5.2	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	42

4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian .....	43
<b>BAB V</b>	.....	<b>45</b>
<b>Kesimpulan dan Saran</b>	.....	<b>45</b>
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	45
5.3	Saran .....	46
a.	Saran Bagi Perusahaan.....	46
b.	Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	47
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>48</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	21
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	30
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	31
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran Perbulan.....	32
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian 3 (tiga) Bulan Terakhir .....	33
Tabel 4. 6 Uji Validitas .....	34
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	35
Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji F.....	39
Tabel 4. 11 Hasil Uji t.....	40



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Minuman Boba 2021 .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Penelitian .....	17



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian.....	50
Lampiran 2. 1 Data Profil Responden.....	54
Lampiran 3. 1 Rekap Hasil Data Profil Responden .....	71
Lampiran 4. 1 Uji Validitas, Reliabilitas, Analisis Linier Berganda, Uji Determinasi ( $R^2$ ), Uji F dan Uji t.....	73
Lampiran 5. 1 DISTRIBUSI NILAI r tabel SIGNIFIKANSI 5% DAN 1% .....	79
Lampiran 6. 1 Kartu Konsultasi Skripsi .....	80
Lampiran 7. 1 Halaman Penersetujuan .....	81
Lampiran 8. 1 Formulir Revisi Judul Skripsi .....	82
Lampiran 9. 1 Lembar Revisi Ujian Pendarasan.....	83



**PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE  
CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA**

**YOSIA TRIAMANDA KURNIA**

**11190811**

**Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta**

**Wacana**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh antar variabel dari citra merek, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Mixue cabang Gejayan Yogyakarta bagi semua masyarakat yang berada di kota Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive random sampling* dengan responden sebanyak 100 orang. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara langsung dari responden dengan menyebarkan kuesioner menggunakan media *google form*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan SPSS-25. Hasil analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa citra merek, persepsi harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga hipotesis pertama, kedua dan ketiga diterima.

**Kata kunci: Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian**

***THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE PERCEPTION, AND  
SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISIONS AT GEJAYAN BRANCH  
MIXUE YOGYAKARTA***

**YOSIA TRIAMANDA KURNIA**

**11190811**

***Department Management Faculty of Business***

***Duta Wacana Christian University***

***ABSTRACT***

*This study aims to examine and analyze the influence between variables of brand image, price perception, and service quality on purchasing decisions at the Mixue Gejayan Yogyakarta branch for all people who are in the city of Yogyakarta. This study used a purposive random sampling technique with 100 respondents. In this study using primary data collected directly from respondents by distributing ,questionnaires using the media google form. Tests in this study using SPSS-25. The results of the data analysis that has been carried out show that brand image, price perception, and service quality have a significant effect on purchasing decisions so that the first, second and third hypotheses are accepted.*

***Keywords: Brand Image, Perceived Price, Service Quality, Purchase Decision***



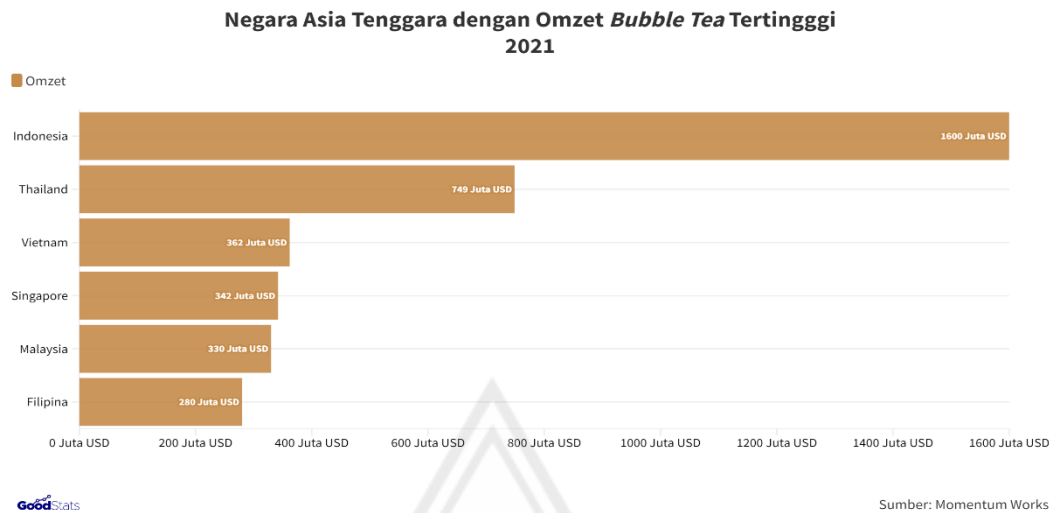
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri masakan atau makanan dan minuman saat ini sedang berkembang dan tampaknya tidak mengalami kemunduran atau penurunan pascapandemi. Karena makan dan minum adalah kebutuhan dasar manusia. Tentu saja, menjadi pasar bisnis yang sangat menguntungkan. Ini akan berdampak positif bagi pelaku ekonomi dan menciptakan segala macam tren kuliner baru. Apalagi jika berbicara tentang minuman, dengan begitu banyaknya peluang yang berbeda setiap tahunnya, hadirlah minuman-minuman baru yang menyasar semua lapisan masyarakat, entah itu rasa yang enak, visual produk yang menarik, atau strategi pemasaran produk minuman yang kuat. Di era transformasi, perusahaan harus bertindak tepat dan cepat ketika menghadapi persaingan yang cepat, dinamis dan tidak pasti, dan terus bertindak.

Indonesia memiliki pangsa pasar minuman boba terbesar di Asia Tenggara, penjualan tahunan pada tahun 2021 diperkirakan lebih dari 1,6 miliar USD yang setara dengan Rp 24 triliun. Begitu juga dengan nilai pasar minuman Boba di Indonesia, kini telah menguasai 43,7 persen dari total pasar minuman Boba di Asia Tenggara (Angelia, 2022). Dengan jumlah data yang begitu besar, tentunya hal tersebut tidak terlepas dari *franchise* (waralaba) brand Mixue yang saat ini sedang berkembang pesat di Indonesia. Mixue adalah gerai es krim dan minuman Boba de China, cabang pertamanya di Indonesia berlokasi di Cihampelas, Bandung pada tahun 2020.



**Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Minuman Boba 2021**

Salah satu strategi penting suatu perusahaan yaitu dengan pemberian merek pada produk yang dijual. Pemberian nama merek produk dapat menjelaskan mengenai kualitas produk. Ada beberapa faktor yang mengunggulkan produk mixue dibanding dengan merek lain, hal tersebut dikarenakan mixue memiliki kemasan yang menarik, tekstur yang lebih lembut, rasa yang berbeda dan harga yang terjangkau sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Fatmaningrum dan Fadhillah, 2020).

Persepsi harga juga merupakan isyarat bagi Sebagian konsumen untuk mengenali karakteristik dengan melihat perbandingan kualitas yang diperoleh dengan harga yang dibayarkan dalam suatu transaksi (Seto Putro, 2019). Persepsi harga konsumen bisa mempengaruhi keputusan pembelian, ketika membeli atau menggunakan produk, maka perusahaan harus mampu memberikan kesan yang baik terhadap produk atau jasa yang mereka jual.

Kualitas pelayanan mendorong konsumen untuk menjalin hubungan yang erat terhadap perusahaan agar perusahaan dapat memahami terkait dengan harapan dan kebutuhannya, sehingga kepuasan pelayanan dapat meningkatkan kesehatan perusahaan. Menurut Firatmadi (2017), menyatakan bahwa dua variable yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu variable layanan yang diterima (perceived service), yaitu ukuran selisih antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan variable layanan yang diharapkan (expected service).

Sesuai dengan latar belakang diatas maka peneliti terdorong untuk melaksanakan penelitian skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXUE CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA”

## **1.2 Rumusan Masalah**

- a. Apakah Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?
- b. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?
- c. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?

## **1.3 Tujuan penelitian**

- a. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?

- b. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Persepsi Harga terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?
- c. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Mixue cabang Gejayan?

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

- a. Bagi Akademisi

Penelitian yang disampaikan ini bisa menjadi referensi serta menambah pengetahuan bagi peneliti selanjutnya, agar penelitian selanjutnya menjadi lebih baik lagi. Khususnya dalam penelitian yang berhubungan dengan variable Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan.

- b. Bagi Perusahaan

Untuk membantu pihak manajemen untuk menerapkan dan meningkatkan kebijakan dan pengambilan keputusan mengenai Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan. Sehingga konsumen dapat memutuskan untuk membeli dan mengkonsumsi produk Mixue.

- c. Bagi Peneliti

Dengan ini dapat menambah wawasan serta pengetahuan mengenai judul yang digunakan oleh peneliti guna memperdalam dan memperluas pengetahuan di bidang pemasaran.

## **1.5 Batasan Masalah**

Penelitian ini dibatasi agar masalah diatas tidak terlalu umum dan spesifik, maka dibuat batasan masalah sebagai berikut:

### **1.5.1 Lokasi**

Lokasi penelitian dilakukan di Gerai Mixue cabang Gejayan di Jalan Affandi Nomor 11b, Klitren, Kecamatan Gondokusuman, Kota Yogyakarta.



### 1.5.2 Responden

- Gender : Pria dan Wanita
- Umur : Remaja hingga Dewasa (Usia 17- 45 Tahun)

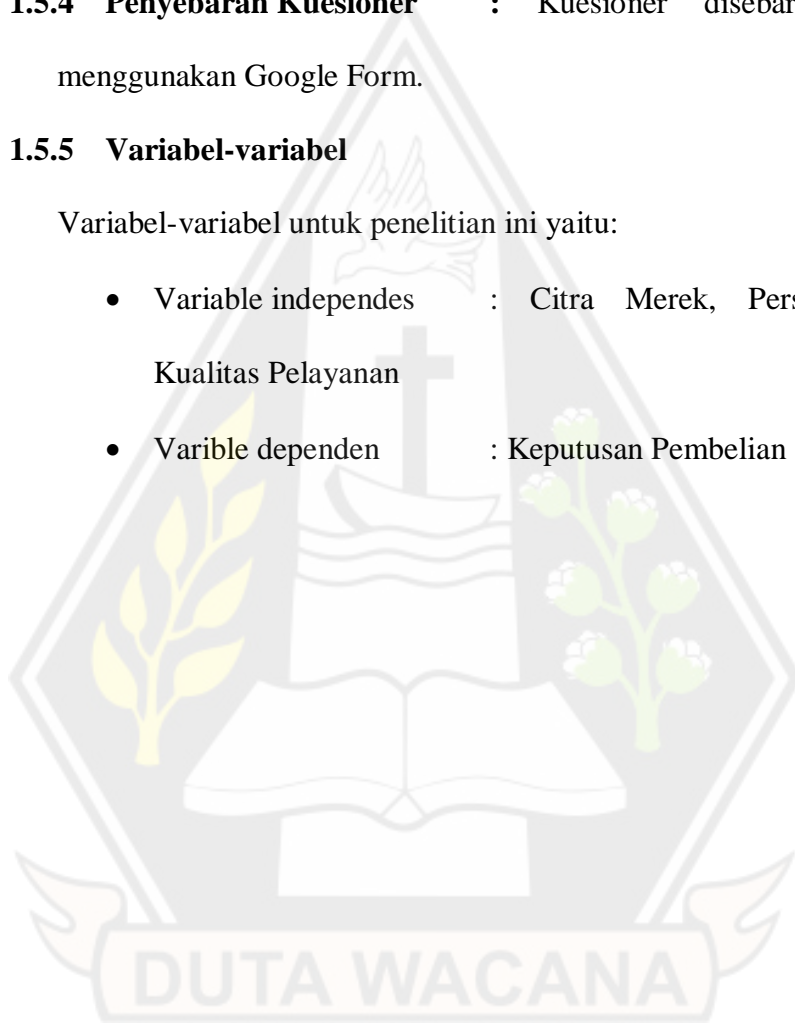
**1.5.3 Jumlah Responden** : Total responden untuk penelitian ini yaitu 100 orang.

**1.5.4 Penyebaran Kuesioner** : Kuesioner disebarakan dengan menggunakan Google Form.

### 1.5.5 Variabel-variabel

Variabel-variabel untuk penelitian ini yaitu:

- Variable independes : Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan
- Varible dependen : Keputusan Pembelian



## **BAB V**

### **Kesimpulan dan Saran**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berlandaskan hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan tentang Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Mixue cabang Gejayan Yogyakarta, bisa disimpulkan jika responden yang membeli Mixue paling banyak adalah perempuan dengan jumlah 62 responden. Usia responden pada penelitian rata – rata berusia > 20 – 25 Tahun dengan jumlah 56 responden. Pekerjaan responden yang dominan pada penelitian adalah pelajar/mahasiswa dengan jumlah 77 responden. Pengeluaran per bulan responden adalah Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 dengan jumlah 44 responden. Banyaknya jumlah membeli dalam satu bulan adalah 1 – 3 kali dalam satu bulan dengan jumlah 89 responden.

Berlandaskan Hasil analisis serta pembahasan yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Mixue cabang Gejayan Yogyakarta. Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Mixue cabang Gejayan Yogyakarta. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Mixue cabang Gejayan Yogyakarta.

#### **5.2 Keterbatasan Penelitian**

- a. Kuesioner penelitian ini dibuat dengan memberikan jawaban tertutup yang meminta respondennya supaya memberikan jawaban selaras pada pilihan jawaban yang disajikan.

- b. Lingkup dari jumlah responden terbatas hanya 100 orang reaponden, dengan responden konsumen yang berada di Yogyakarta yang sudah pernah melakukan pembelian produk Mixue cabang Gejayan Yogyakarta, maka dari itu hasil penelitian ini tidak berlaku umum.
- c. Penelitian hanya mencangkup variabel Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas, dan ada variabel lainnya yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian, seperti Kualitas produk, Suasana, Lokasi, dll.

### **5.3 Saran**

#### **a. Saran Bagi Perusahaan**

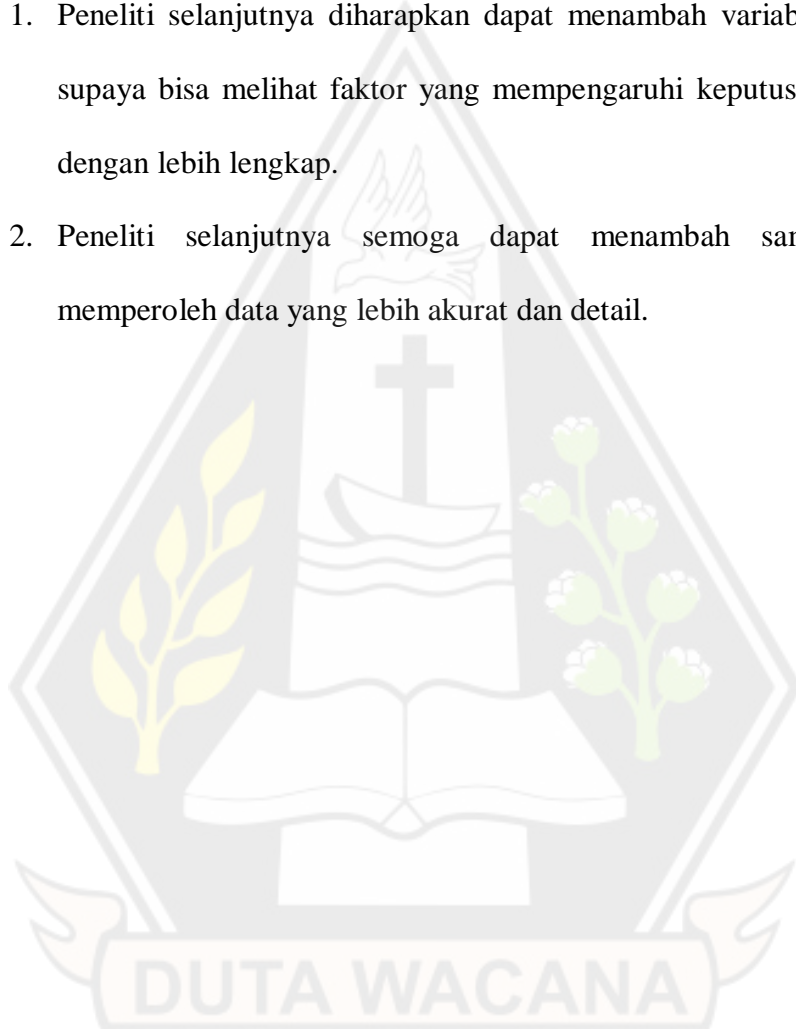
1. Untuk variabel citra merek, didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,016. Variabel ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terlihat jika responden pada penelitian ini mengamati citra merek Mixue cabang Gejayan Yogyakarta. Maka dari itu, Mixue cabang Gejayan Yogyakarta harus bisa menjaga citra merek sesuai indikator yang sudah ada dibenak konsumen.
2. Untuk variabel persepsi harga didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,00. Variabel ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terlihat jika responden pada penelitian ini mengamati persepsi harga Mixue cabang Gejayan Yogyakarta. Maka dari itu harga harus diperhatikan dari indikator yang dipersepsikan konsumen.
3. Untuk variabel kualitas pelayanan didapatkan nilai probabilitas sebesar 0,00. Variabel ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Terlihat jika responden pada penelitian ini mengamati kualitas pelayanan Mixue cabang Gejayan Yogtakarta. Maka dari itu Mixue



cabang Gejayan Yogyakarta harus bisa mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan sehingga membuat konsumen tetap nyaman.

**b. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya**

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel penelitian, supaya bisa melihat faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan lebih lengkap.
2. Peneliti selanjutnya semoga dapat menambah sampel supaya memperoleh data yang lebih akurat dan detail.



## DAFTAR PUSTAKA

- Larasati, I. D. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas konsumen. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), 5955.
- Prabowo, Rokh Eddy, Kis Indriyaningrum, and Anggita Dian Setyani. "Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang)." *Solusi* 18.4 (2020).
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, S., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(1), 176-188.
- Setyawati, K. E., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (Jom) Bidang Manajemen*, 3(4).
- Boediono M, Sonata. C., & Immanuel, D. M. (2018). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Sealantwax. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(1).

Liana, L. (2009). Penggunaan MRA dengan SPSS untuk menguji pengaruh variabel moderating terhadap hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. *Dinamik*, 14(2).

Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. USUpres.

