

**ANALISIS FAKTOR FAKTOR YANG MEMENGARUHI
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MIXUE DI KOTA
PADANG**

SKRIPSI

Oleh



**OLIVIA NANDA MAHARANI
NIM. 2010222019**

**Pembimbing 1 : Rina Sari, S.P., M.Si
Pembimbing 2 : Dr. Rini Hakimi, S.P., M.Si**

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2025**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MIXUE DI KOTA PADANG

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan karakteristik konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Kota Padang dan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode survei. Pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan metode Accidental Sampling dengan jumlah responden sebanyak 90 orang. Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan karakteristik demografi Konsumen Mixue Ice Cream & Tea di Kota Padang mayoritas adalah konsumen perempuan, sebagian besar berusia 19-24 tahun, lulusan SMA/Sederajat, umumnya pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa, memiliki pendapatan/uang saku perbulan <Rp1.500.000, dan berdomosili sekitar 1-3 km dari gerai Mixue terdekat. Berdasarkan model penelitian yang dilakukan untuk produk eskrim Mixue diperoleh R^2 sebesar 0,688. Nilai uji F didapatkan sebesar 22.307 dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor produk, faktor harga, faktor lokasi, dan faktor promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman eskrim Mixue di Kota Padang. Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor sosial, faktor psikologi, faktor produk, faktor lokasi dan faktor promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian eskrim Mixue. Selanjutnya untuk teh Mixue diperoleh R^2 sebesar 0,722. Nilai uji F didapatkan sebesar 26.251 dengan nilai Sig. $0,000 < 0,05$ yang artinya variabel faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi, faktor produk, faktor harga, faktor lokasi, dan faktor promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian minuman teh Mixue di Kota Padang. Hasil uji t menunjukkan bahwa faktor psikologi, faktor produk, faktor harga dan faktor promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian the Mixue di Kota Padang.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Perilaku Pembelian Konsumen, Mixue Ice Cream & Tea

ANALYSIS OF FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER'S PURCHASING DECISIONS ON MIXUE IN PADANG CITY

Abstract

This research aims to describe characteristics of Mixue Ice Cream & Tea consumers in Padang City and to analyze factors that influence consumer's purchasing decisions. This research used a survey method using accidental sampling method with a total of 90 respondents. The data analysis conducted in this research was multiple linear regression analysis. The results show that the demographic characteristics of Mixue consumers in Padang City are predominantly female consumers, mostly aged 19-24 years, students with incomes <IDR1,500,000, and the distance to the location of purchase is 1-3 km from the nearest Mixue outlet. Based on the research model conducted for Mixue ice cream products, it obtained R^2 of 0,688. The F-test value was 22.307 with a Sig. value of $0.000 < 0.05$. It indicates that the variables simultaneously have a significant effect on the purchasing decision process for Mixue ice cream. The t-test results show that social factor, psychological factor, product factor, location factor and promotion factor partially have a significant effect on the Mixue ice cream purchasing decision process. Furthermore, for Mixue tea, it obtained R^2 of 0,722. The F-test value was 26.251 with a Sig. value of $0.000 < 0.05$. It indicates that the variables simultaneously have a significant effect on the purchasing decision process for Mixue tea. The t-test results show that psychological factor, product factor, price factor, and promotion factor partially have a significant effect on the Mixue tea purchasing decision process in Padang City.

Keywords : Purchasing decision, consumer behavior, Mixue Ice Cream & Tea

