

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Mixue

Mixue merupakan gerai minuman dan es krim asal China yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada 1997. Sebagai mahasiswa Universitas Henan, China, Hongchao awalnya membuat Mixue dalam bentuk es serut yang kemudian dia jual dalam kios sederhana untuk meringankan beban biaya keluarganya di Zhengzhou, Henan. Modal yang digunakan Hongchao untuk memulai usaha es serut Mixue adalah dari uang yang dikumpulkan selama kerja paruh waktu dan pinjaman sang nenek. Saat itu, nenek Hongchao meminjamkan uang ke sang cucu sekitar 4.000 RMB atau setara USD 483 pada tahun itu. Karena modal awal yang terbatas, gerai Mixue pertama sangat sederhana. Hanya terdapat lemari es, beberapa bangku, dan meja lipat. Hongchao bahkan membuat sendiri mesin untuk memproduksi es serut dengan menggunakan motor, turntable, dan cutter.

Meski dibuat dengan mesin seadanya, produk utama toko ini sangat unik, terutama es serut, es krim, dan smoothie. Setelah bisnis miliknya berangsur-angsur membaik, dia mulai menjual teh susu di gerainya. Dengan bisnis ini, Zhang Hongchao dapat menghasilkan lebih dari 100 RMB per hari. Namun, masalah mulai datang saat musim dingin tiba. Hal tersebut membuat jualannya tidak laku, sehingga ia terpaksa untuk menutup toko. Kendati begitu, Zhang Hongchao tidak patah semangat. Setelah 1 tahun, dia kembali membuka toko kedua dan mengubah namanya menjadi Mixue Bingcheng. Artinya, kastil es yang dibangun dengan salju yang manis.

Dengan telaten, Zhang membuat perhitungan berdasarkan biaya dan akhirnya menetapkan harga es krim sebesar 2 RMB, ketika toko lain menjual sekitar 10 RMB. Bisnisnya berkembang pesat sejak toko dibuka dan sering terjadi antrian panjang di depan pintu. Harga yang ditawarkan Zhang untuk minumannya jauh lebih murah dibandingkan dengan para pesaingnya. Meskipun menawarkan dengan harga murah, Mixue kini menjadi merek bubble tea tunggal paling laris di China. Pada 2010, Mixue Bingcheng memilih untuk bekerja sama dengan Zhengzhou Baodao Trading Co., Ltd. untuk mengembangkan waralaba di seluruh negeri, yang semakin meningkatkan visibilitas dan pengaruh perusahaannya.

MISI :

Membawa produk berkualitas tinggi dan terjangkau untuk semua orang di seluruh dunia.

VISI :

Menjadi perusahaan yang sederhana, fokus, disukai dan dihargai semua orang di dunia.

4.2 Gambaran Demografi Responden

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea melalui penyebaran angket kepada 100 responden untuk memberikan tanggapan, terlebih dahulu penulis menyajikan karakteristik responden yang berhubungan dengan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan dan pekerjaan. Adapun data demografis pada penelitian ini yaitu:

Tabel 4.1
Gambaran Demografi Responden

Demografi	Kategori	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Pria	13	31%
	Perempuan	69	69%
Jumlah		100	100%
Usia	18-22 tahun	28	28%
	23-27 tahun	10	10%
	28-32 tahun	22	22%
	33-37 tahun	21	21%
	>37 tahun	19	19%
Jumlah		100	100%
Pendidikan Terakhir	SD	8	8%
	SMP	14	14%
	SMA	25	25%
	Perguruan Tinggi	53	53%
Jumlah		100	100%
Pendapatan Perbulan	<Rp. 1.000.000	18	18%
	Rp. 1.000.000-1.500.000	25	25%
	Rp. 1.500.000-2.000.000	34	34%
	> Rp. 2.000.000	23	23%
Jumlah		100	100%
Pekerjaan	PNS	24	24%
	Karyawan Swasta	20	20%
	Wiraswasta	23	23%
	Pelajar	13	13%
	Mahasiswa	15	15%
	Lain-lain:	5	5%
Jumlah		100	100%

Tabel 4.1 menunjukkan data demografi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pendapatan dan pekerjaan. Jumlah seluruh responden adalah 100 orang dengan 69% responden wanita dan 31% sebagian kecil responden pria yang datang ke Mixue Ice Cream and Tea.

Dari 100 responden, usia 18-22 tahun sebanyak 28 orang atau 28%, usia 23-27 tahun sebanyak 10 orang atau 10%, usia 28-32 tahun sebanyak 22 orang dengan prosentase 22%, usia 33-37 tahun sebanyak 21 orang dengan prosentase 21%, dan usia >37 tahun sebanyak 19 orang atau 19%. Dengan demikian menunjukkan

bahwa rata-rata usia yang sering membeli ke Mixue Ice Cream and Tea yaitu usia antara 18-22 tahun.

Untuk komposisi pendidikan terakhir responden, yaitu rata-rata lulusan SD atau sederajat sebanyak 8 orang atau 8%, SMP atau sederajat sebanyak 14 orang atau 14%, lulusan SMA sebanyak 25 orang atau sebesar 25%, dan lulusan Perguruan Tinggi sebanyak 53 orang atau sebesar 53%. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan responden yang sering membeli ke Mixue Ice Cream and Tea dengan latar belakang pendidikan Perguruan Tinggi.

Pendapatan responden dengan rata-rata pendapatan <Rp. 1.000.000 sebanyak 18 orang atau 18%, pendapatan Rp. 1.000.000-1.500.000 sebanyak 25 orang atau 25%, pendapatan Rp. 1.500.000-2.000.000 sebanyak 34 orang atau 34%, dan pendapatan >Rp. 2.000.000 sebanyak 23 orang atau 23%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Mixue Ice Cream and Tea dengan rata-rata pendapatan Rp. 1.500.000-2.000.000.

Pekerjaan responden sebagai PNS sebanyak 24 orang atau 24%, sebagai karyawan swasta sebanyak 20 atau 20%, sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang atau 23%, pelajar sebanyak 13 orang atau 13%, mahasiswa sebanyak 15 orang atau 15%, dan lain-lain sebanyak 5 orang atau 5%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen Mixue Ice Cream and Tea dengan latar belakang pekerjaan sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), wiraswasta, dan karyawan swasta.

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Deskripsi Pelayanan pada Mixue Ice Cream and Tea

Penulis melakukan survei kepada 100 responden mengenai variabel pelayanan di Mixue Ice Cream and Tea dengan cara mengambil sampel dari

kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Menurut Sugiyono (2017: 214), klasifikasi setiap indikator variabel X_2 (pelayanan) dapat dihitung dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator pelayanan: $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah setiap indikator pelayanan: $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan = 5

$$\begin{aligned} \text{NJI} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pernyataan}} \\ &= \frac{500 - 100}{5} = 80 \end{aligned}$$

Tabel 4.2
Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Pelayanan

Nilai	100 – 180	Tidak Baik
Nilai	181 – 261	Kurang Baik
Nilai	262 – 342	Cukup
Nilai	343 – 423	Baik
Nilai	424 – 500	Sangat Baik

Hasil penelitian melalui penyebaran angket tentang pelayanan di Mixue Ice Cream and Tea, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.3
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Penyelesaian dan Penanganan Pelayanan dengan Cepat

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	15	75	15%
Setuju	4	22	88	22%
Ragu-ragu	3	47	141	47%
Tidak setuju	2	12	24	12%
Sangat tidak setuju	1	4	4	4%
Jumlah		100	332	100%
Rata-rata			3.3	

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 15% menyatakan sangat setuju, 22% menyatakan setuju, 47% menyatakan ragu-ragu, 12% menyatakan tidak setuju, dan 4% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 332 yang berarti termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan cukup cepat.

Tabel 4.4
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memiliki Keadaan Sehat
Saat Melayani Pelanggan

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	35	175	35%
Setuju	4	4	16	4%
Ragu-ragu	3	37	111	37%
Tidak setuju	2	18	36	18%
Sangat tidak setuju	1	6	6	6%
Jumlah		100	344	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 35% menyatakan sangat setuju, 4% menyatakan setuju, 37% menyatakan ragu-ragu, 18% menyatakan tidak setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 344 yang berarti termasuk dalam kategori baik.. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan.

Tabel 4.5
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu Ramah dan Sopan

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	42	210	42%
Setuju	4	34	136	34%
Ragu-ragu	3	16	48	16%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	6	6	6%
Jumlah		100	404	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 42% menyatakan sangat setuju, 34% menyatakan setuju, 16% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 6% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 404 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan.

Tabel 4.6
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea mampu menjalin hubungan yang baik

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	33	165	33%
Setuju	4	29	116	29%
Ragu-ragu	3	28	84	28%
Tidak setuju	2	8	16	8%
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Jumlah		100	383	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 33% menyatakan sangat setuju, 29% menyatakan setuju, 28% menyatakan ragu-ragu, 8% menyatakan tidak setuju, dan 2% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 383 yang berarti termasuk dalam kategori baik.. Hal ini menunjukkan bahwa Mixue Ice Cream and Tea mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

Tabel 4.7
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Mixue Ice Cream and Tea Mampu Meyakinkan Pelanggan

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	30	150	30%
Setuju	4	7	28	7%
Ragu-ragu	3	39	117	39%
Tidak setuju	2	17	34	17%
Sangat tidak setuju	1	7	7	7%
Jumlah		100	336	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 30% menyatakan sangat setuju, 7 menyatakan setuju, 39% menyatakan ragu-ragu, 17% menyatakan tidak setuju, dan 7% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 336 yang berarti termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa Mixue Ice Cream and Tea mampu meyakinkan pelanggan dengan jaminan pelayanan yang cukup memuaskan.

Tabel 4.8
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Informasi

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	27	135	27%
Setuju	4	47	188	47%
Ragu-ragu	3	21	63	21%
Tidak setuju	2	0	-	0%
Sangat tidak setuju	1	5	5	5%
Jumlah		100	391	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 27% menyatakan sangat setuju, 47% menyatakan setuju, 21% menyatakan ragu-ragu, 0% menyatakan tidak setuju, dan 5% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 391 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea memberikan informasi kepada anda dengan jelas.

Tabel 4.9
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Bersedia Menerima Kritik dan Saran

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	14	70	14%
Setuju	4	44	176	44%
Ragu-ragu	3	33	99	33%
Tidak setuju	2	9	18	9%
Sangat tidak setuju	1	0	-	0%
Jumlah		100	363	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 14% menyatakan sangat setuju, 44% menyatakan setuju, 33% menyatakan ragu-ragu, 9% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 363 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea bersedia menerima kritik dan saran.

Tabel 4.10
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Mixue Ice Cream and Tea Cepat Tanggap

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	64	320	64%
Setuju	4	18	72	18%
Ragu-ragu	3	18	54	18%
Tidak setuju	2	0	-	0%
Sangat tidak setuju	1	0	-	0%
Jumlah		100	446	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 64% menyatakan sangat setuju, 18% menyatakan setuju, 18% menyatakan ragu-ragu, 0% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 446 yang berarti termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa Mixue Ice Cream and Tea cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.

Tabel 4.11
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu Tanggap Terhadap Keluhan

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	44	220	44%
Setuju	4	24	96	24%
Ragu-ragu	3	30	90	30%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	0	-	0%
Jumlah		100	410	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 44% menyatakan sangat setuju, 24% menyatakan setuju, 30% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 410 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen.

Tabel 4.12
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Karyawan Mixue Ice Cream and Tea Memberikan Perhatian

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	48	240	48%
Setuju	4	35	140	35%
Ragu-ragu	3	15	45	15%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	0	-	0%
Jumlah		100	429	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 48% menyatakan sangat setuju, 35% menyatakan setuju, 15% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 391 yang berarti termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan Mixue Ice Cream and Tea memberikan perhatian serius kepada konsumen ketika tempat penuh.

Adapun rekapitulasi hasil jawaban responden tentang pelayanan di Mixue Ice Cream and Tea, sebagai berikut:

Tabel 4.13
Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden
Tentang Pelayanan di Mixue Ice Cream and Tea

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
1	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea Memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat	75	88	141	24	4	332	C
2	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea memiliki keadaan sehat saat melayani pelanggan	175	16	111	36	6	344	B
3	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	210	136	48	4	6	404	B
4	Mixue Ice Cream And Tea mampu menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan	165	116	84	16	2	383	B
5	Mixue Ice Cream And Tea mampu meyakinkan pelanggan dengan jaminan pelayanan yang memuaskan	150	28	117	34	7	336	C
6	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea memberikan informasi kepada anda dengan jelas	135	188	63	0	5	391	B
7	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea bersedia menerima kritik dan saran	70	176	99	18	0	363	B

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
8	Mixue Ice Cream And Tea cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan	320	72	54	0	0	446	SB
9	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea selalu tanggap terhadap keluhan yang diajukan konsumen.	220	96	90	4	0	410	B
10	Karyawan Mixue Ice Cream And Tea memberikan perhatian serius ketika tempat penuh	240	140	45	4	0	429	SB
Jumlah		1.760	1.056	852	140	30	3.838	SB

Berdasarkan rekapitulasi hasil jawaban responden skor terendah sebesar 332 dan 336, pada pernyataan tentang karyawan Mixue Ice Cream And Tea memberikan penyelesaian dan penanganan pelayanan dengan cepat dan pernyataan tentang Mixue Ice Cream And Tea mampu meyakinkan pelanggan dengan jaminan pelayanan yang memuaskan. Hal ini menunjukkan bahwa layanan yang diberikan oleh karyawan Mixue Ice Cream And Tea kurang cepat, kurang menyenangkan, dan masih ada kesalahan, ketika konsumen meminta mengganti produk yang dibeli atau dipesan tidak sesuai pesanan contohnya rasa atau jenis produk yang dibeli tidak sesuai. Sehingga berpengaruh pada rendahnya tingkat kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi suatu produk tertentu akan sangat merugikan produsen produk tersebut, karena dengan rendahnya tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk yang dikonsumsi maka konsumen akan segera beralih mengkonsumsi produk lain yang sejenis atau dengan kata lain konsumen.

Adapun hasil rekapitulasi di atas dari keseluruhan jawaban responden mengenai pelayanan, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban konsumen sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $100 \times 10 \times 5 = 5.000$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $100 \times 10 \times 1 = 1.000$
3. Menghitung batas interval dengan cara:
4. Nilai Jenjang Interval = $\frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Kriteria Pernyataan}}$
5. Nilai Jenjang Interval = $\frac{5.000 - 1.000}{5}$
6. Nilai Jenjang Interval = 800
7. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Tabel 4.14
Klasifikasi Penilaian Variabel Pelayanan

Interval	Keterangan
1000 – 1800	Sangat Rendah
1801– 2601	Rendah
2602 – 3202	Cukup
3203 – 3803	Baik
3804 – 5.000	Sangat Baik

Dari hasil perhitungan klasifikasi diatas, dapat diketahui bahwa jumlah yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai pelayanan sebesar 3838. Dengan demikian pernyataan di atas termasuk dalam klasifikasi sangat baik, artinya variabel pelayanan sudah sangat baik oleh karena itu pelayanan yang diberikan sudah dinilai relevan oleh konsumen.

4.3.2 Deskripsi Store atmosphere pada Mixue Ice Cream and Tea

Penulis melakukan survei kepada 100 responden mengenai variabel *store atmosphere* Mixue Ice Cream And Tea dengan cara mengambil sampel dari kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Menurut Sugiyono (2017: 214), klasifikasi setiap indikator variabel X_1 (*store atmosphere*) dapat dihitung dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator *store atmosphere*: $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah setiap indikator *store atmosphere*: $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan = 5

$$\begin{aligned} \text{NJI} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pernyataan}} \\ &= \frac{500 - 100}{5} = 80 \end{aligned}$$

Klasifikasi penilaian untuk setiap indikator *store atmosphere* adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel *Store atmosphere*

Nilai	100 – 180	Tidak Baik
Nilai	181 – 261	Kurang Baik
Nilai	262 – 342	Cukup
Nilai	343 – 423	Baik
Nilai	424 – 500	Sangat Baik

Adapun hasil penelitian melalui penyebaran angket tentang *store atmosphere* pada Mixue Ice Cream and Tea, yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.16
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Papan Nama Mixue Ice Cream and Tea

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	45	225	45%
Setuju	4	14	56	14%
Ragu-ragu	3	32	96	32%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Sangat tidak setuju	1	4	4	4%
Jumlah		100	391	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 45% menyatakan sangat setuju, 14% menyatakan setuju, 32% menyatakan ragu-ragu, menyatakan tidak setuju 5%, dan 4% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 391 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa papan nama Mixue Ice Cream and Tea terlihat jelas dan mudah dicari oleh konsumen.

Tabel 4.17
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Mixue Ice Cream and Tea Memiliki Fasilitas Parkir

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	38	190	38%
Setuju	4	23	92	23%
Ragu-ragu	3	28	84	28%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Sangat tidak setuju	1	6	6	6%
Jumlah		100	382	100%
Rata-rata			3.8	

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 38% menyatakan sangat setuju, 23% menyatakan setuju, 28% menyatakan ragu-ragu, 5% menyatakan tidak setuju, dan 6% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 382 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa Mixue Ice Cream and Tea memiliki fasilitas parkir yang memadai.

Tabel 4.18
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Kondisi Ruangan Mixue Ice Cream and Tea Bersih

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	30	150	30%
Setuju	4	21	84	21%
Ragu-ragu	3	34	102	34%
Tidak setuju	2	11	22	11%
Sangat tidak setuju	1	4	4	4%
Jumlah		100	362	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan sebagai berikut : 30% menyatakan sangat setuju, 21% menyatakan setuju, 34% menyatakan ragu-ragu, 11% menyatakan tidak setuju, dan 4% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 362 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi ruangan Mixue Ice Cream and Tea bersih.

Tabel 4.19
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Pencahayaan Ruangan Mixue Ice Cream and Tea

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	44	220	44%
Setuju	4	11	44	11%
Ragu-ragu	3	21	63	21%
Tidak setuju	2	13	26	13%
Sangat tidak setuju	1	11	11	11%
Jumlah		100	364	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 44% menyatakan sangat setuju, 11% menyatakan setuju, 21% menyatakan ragu-ragu, 13% menyatakan tidak setuju, dan 11% menyatakan Sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 364 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa ruangan Mixue Ice Cream and Tea dilengkapi oleh penerangan untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya.

Tabel 4.20
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Ruang Berbelanja di Mixue Ice Cream and Tea Terlihat Nyaman

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	38	190	38%
Setuju	4	33	132	33%
Ragu-ragu	3	23	69	23%
Tidak setuju	2	3	6	3%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	400	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 38% menyatakan sangat setuju, 31% menyatakan setuju, 33% menyatakan ragu-ragu, 3% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan Sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 400 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa ruang berbelanja di Mixue Ice Cream and Tea terlihat nyaman, sehingga konsumen berminat untuk membeli produk di toko tersebut.

Tabel 4.21
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Penataan Produk

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	37	185	37%
Setuju	4	33	132	33%
Ragu-ragu	3	23	69	23%
Tidak setuju	2	3	6	3%
Sangat tidak setuju	1	4	4	4%
Jumlah		100	396	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 37% menyatakan sangat setuju, 33% menyatakan setuju, 23% menyatakan ragu-ragu, 3% menyatakan tidak setuju, dan 4% menyatakan Sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 396 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa penataan produk yang dipajang tersusun rapi.

Tabel 4.22
Tabulasi Jawaban Responden Tentang Sistem Pengelompokan Produk di Mixue Ice Cream and Tea Tersistematis

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	48	240	48%
Setuju	4	21	84	21%
Ragu-ragu	3	21	63	21%
Tidak setuju	2	4	8	4%
Sangat tidak setuju	1	6	6	6%
Jumlah		100	401	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 48% menyatakan sangat setuju, 21% menyatakan setuju, 21% menyatakan ragu-ragu, 4% menyatakan tidak setuju, dan 6% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 401 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa sistem pengelompokan produk di Mixue Ice Cream and Tea tersistematis.

Tabel 4.23
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Jarak Antar Display Barang

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	35	175	35%
Setuju	4	27	108	27%
Ragu-ragu	3	31	93	31%
Tidak setuju	2	3	6	3%
Sangat tidak setuju	1	4	4	4%
Jumlah		100	386	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 35% menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan setuju, 31% menyatakan ragu-ragu, 3% menyatakan tidak setuju, dan 4% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 386 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian bahwa jarak antar display barang yang cukup untuk mendukung kelancaran arus lalu lintas konsumen di Mixue Ice Cream and Tea, dengan kategori sangat baik.

Adapun rekapitulasi hasil jawaban responden tentang *store atmosphere* di Mixue Ice Cream and Tea, sebagai berikut:

Tabel 4.24
Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden
Tentang *Store atmosphere* di Mixue Ice Cream and Tea

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
1	Papan nama Mixue Ice Cream And Tea terlihat jelas dan mudah dicari	225	56	96	10	4	391	B
2	Mixue Ice Cream And Tea memiliki fasilitas parkir yang memadai	190	92	84	10	6	382	B
3	Kondisi ruangan Mixue Ice Cream And Tea bersih	150	84	102	22	4	362	B
4	Pencahayaan ruangan Mixue Ice Cream And Tea mampu meningkatkan daya tarik toko	220	44	63	26	11	364	B
5	Ruang berbelanja di Mixue Ice Cream And Tea terlihat nyaman	190	132	69	6	3	400	B
6	Penataan produk yang dipajang tersusun rapi	185	132	69	6	4	396	B
7	Sistem pengelompokan produk di Mixue Ice Cream And Tea tersistematis	240	84	63	8	6	401	B
8	Jarak Antar display barang yang cukup untuk mendukung kelancaran arus lalu lintas konsumen di Mixue Ice Cream And Tea	175	108	93	6	4	386	B
	Jumlah	1.575	732	639	94	42	3.082	B

Berdasarkan rekapitulasi hasil jawaban responden tentang *store atmosphere* di Mixue Ice Cream and Tea skor terendah pada kondisi ruangan Mixue Ice Cream And Tea bersih dan pencahayaan ruangan Mixue Ice Cream And Tea masih kurang baik. Hal ini karena kualitas pencahayaan pada Mixue Ice Cream And Tea terlalu silau, menyebabkan aktivitas didalamnya terganggu seperti tidak dapat melihat produk-produk dengan jelas dan jika cahaya terlalu terang maka juga dapat mengganggu penglihatan.

Adapun hasil penelitian di atas dari keseluruhan jawaban konsumen mengenai *store atmosphere*, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban konsumen sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $100 \times 8 \times 5 = 4.000$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $100 \times 8 \times 1 = 800$
3. Menghitung batas interval dengan cara:
4. Nilai Jenjang Interval = $\frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Kriteria Pernyataan}}$
5. Nilai Jenjang Interval = $\frac{4.000 - 800}{5}$
6. Nilai Jenjang Interval = 640
7. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Tabel 4.25
Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel *Store atmosphere*

Interval	Keterangan
800 – 1440	Sangat Rendah
1441– 2081	Rendah
2082 – 2722	Cukup
2723 – 3363	Baik
3364 – 4004	Sangat Baik

Dari hasil perhitungan klasifikasi diatas, dapat diketahui bahwa jumlah yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai *store atmosphere*

sebesar 3082. Dengan demikian pernyataan diatas termasuk dalam klasifikasi baik, artinya variabel *store atmosphere*, survei pada konsumen Mixue Ice Cream and Tea sudah baik oleh karena itu *store atmosphere* yang dikunjungi sudah dinilai relevan oleh konsumen.

4.3.3 Deskripsi Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea

Penulis melakukan survei kepada 100 responden mengenai variabel keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea dengan cara mengambil sampel dari kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya.

Menurut Sugiyono (2017: 214), klasifikasi setiap indikator variabel Y (keputusan pembelian) dapat dihitung dengan langkah-langkah sebagai berikut:

Nilai tertinggi setiap indikator keputusan pembelian: $100 \times 5 = 500$

Nilai terendah setiap indikator keputusan pembelian: $100 \times 1 = 100$

Jumlah kriteria pernyataan = 5

$$\begin{aligned} NJI &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kriteria pernyataan}} \\ &= \frac{500 - 100}{5} = 80 \end{aligned}$$

Tabel 4.26
Klasifikasi Penilaian Untuk Indikator Variabel Keputusan Pembelian

Nilai	100 – 180	Tidak Baik
Nilai	181 – 261	Kurang Baik
Nilai	262 – 342	Cukup
Nilai	343 – 423	Baik
Nilai	424 – 500	Sangat Baik

Hasil penelitian melalui penyebaran angket tentang keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea, sebagai berikut :

Tabel 4.27
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang Yang mendorong membeli Ice Cream And Tea

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	32	160	32%
Setuju	4	21	84	21%
Ragu-ragu	3	27	81	27%
Tidak setuju	2	13	26	13%
Sangat tidak setuju	1	7	7	7%
Jumlah		100	358	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 33% menyatakan sangat setuju, 21% menyatakan setuju, 27% menyatakan ragu-ragu, 13% menyatakan tidak setuju, dan 7% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 358 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa yang mendorong konsumen membeli Ice Cream And Tea karena merasa haus.

Tabel 4.28
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang memutuskan untuk membeli Ice Cream And Tea

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	26	130	26%
Setuju	4	39	156	39%
Ragu-ragu	3	24	72	24%
Tidak setuju	2	5	10	5%
Sangat tidak setuju	1	6	6	6%
Jumlah		100	374	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 26% menyatakan sangat setuju, 39% menyatakan setuju, 24% menyatakan ragu-ragu, 5% menyatakan tidak setuju, dan 6% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 374 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli Ice Cream And Tea karena iklannya menarik.

Tabel 4.29
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea
karena tahu dari teman

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	19	95	19%
Setuju	4	25	100	25%
Ragu-ragu	3	37	111	37%
Tidak setuju	2	11	22	11%
Sangat tidak setuju	1	8	8	8%
Jumlah		100	336	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 19% menyatakan sangat setuju, 25% menyatakan setuju, 37% menyatakan ragu-ragu, 11% menyatakan tidak setuju, dan 8% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 336 yang berarti termasuk dalam kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena tahu dari teman.

Tabel 4.30
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea
karena pernah membelinya

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	25	125	25%
Setuju	4	40	160	40%
Ragu-ragu	3	30	90	30%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	382	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 25% menyatakan sangat setuju, 40% menyatakan setuju, 30% menyatakan ragu-ragu, 4% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 382 yang berarti termasuk dalam

kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena pernah membelinya.

Tabel 4.31
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang memutuskan membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena toko ini telah memiliki nama di mata pelanggan

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	21	105	21%
Setuju	4	33	132	33%
Ragu-ragu	3	33	99	33%
Tidak setuju	2	8	16	8%
Sangat tidak setuju	1	5	5	5%
Jumlah		100	357	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 21% menyatakan sangat setuju, 33% menyatakan setuju, 33% menyatakan ragu-ragu, 8% menyatakan tidak setuju, dan 5% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 357 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena toko ini telah memiliki nama di mata pelanggan.

Tabel 4.32
Tabulasi Jawaban Responden
Tentang memutuskan untuk membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena harganya terjangkau

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	56	280	56%
Setuju	4	24	96	24%
Ragu-ragu	3	16	48	16%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	2	2	2%
Jumlah		100	430	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 56% menyatakan sangat setuju, 24% menyatakan setuju, 16% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 2% menyatakan sangat

tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 430 yang berarti termasuk dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena harganya terjangkau.

Tabel 4.33
Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan untuk membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena variannya lengkap

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	41	205	41%
Setuju	4	22	88	22%
Ragu-ragu	3	31	93	31%
Tidak setuju	2	3	6	3%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	395	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 41% menyatakan sangat setuju, 22% menyatakan setuju, 31% menyatakan ragu-ragu, 3% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 395 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena variannya lengkap dengan berbagai macam rasa.

Tabel 4.34
Tabulasi Jawaban Responden Tentang memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena adanya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya cari

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	36	180	36%
Setuju	4	31	124	31%
Ragu-ragu	3	28	84	28%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	395	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 36% menyatakan sangat setuju, 31% menyatakan setuju, 28% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 395 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena adanya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya cari.

Tabel 4.35
Tabulasi Jawaban Responden
tentang Informasi yang diberikan oleh konsumen lain tentang produk

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	33	165	33%
Setuju	4	31	124	31%
Ragu-ragu	3	30	90	30%
Tidak setuju	2	3	6	3%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	388	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 33% menyatakan sangat setuju, 31% menyatakan setuju, 30% menyatakan ragu-ragu, 3% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 388 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang diberikan oleh konsumen lain tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membelinya.

Tabel 4.36
Tabulasi Jawaban Responden tentang merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi pada saat membeli berbagai produk di Mixue Ice Cream And Tea

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	27	135	27%
Setuju	4	26	104	26%
Ragu-ragu	3	40	120	40%
Tidak setuju	2	4	8	4%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	370	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 27% menyatakan sangat setuju, 26% menyatakan setuju, 40% menyatakan ragu-ragu, 4% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 370 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi pada saat membeli berbagai produk di Mixue Ice Cream And Tea.

Tabel 4.37
Tabulasi Jawaban Responden tentang memutuskan untuk membeli produk lagi di Mixue Ice Cream And Tea karena rasanya sangat enak dan merasa puas dengan pelayanannya

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	30	150	30%
Setuju	4	27	108	27%
Ragu-ragu	3	38	114	38%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	379	100%

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut : 30% menyatakan sangat setuju, 27% menyatakan setuju, 38% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 379 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memutuskan untuk membeli

produk lagi di Mixue Ice Cream And Tea karena rasanya sangat enak dan merasa puas dengan pelayanannya dan akan kembali di lain waktu.

Tabel 4.38
Tabulasi Jawaban Responden tentang merekomendasikan produk Mixue Ice Cream And Tea ke teman atau keluarga dan lainnya

Pernyataan	Skor	Frekuensi	Total Skor	Persentase (%)
Sangat setuju	5	36	180	36%
Setuju	4	31	124	31%
Ragu-ragu	3	28	84	28%
Tidak setuju	2	2	4	2%
Sangat tidak setuju	1	3	3	3%
Jumlah		100	395	100%

Sumber : *Data primer diolah kembali*

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa pernyataan tersebut direspon sebagai berikut: 36% menyatakan sangat setuju, 31% menyatakan setuju, 28% menyatakan ragu-ragu, 2% menyatakan tidak setuju, dan 3% menyatakan sangat tidak setuju. Dilihat dari perolehan skor sebesar 395 yang berarti termasuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen merekomendasikan produk Mixue Ice Cream And Tea ke teman atau keluarga dan lainnya.

Adapun rekapitulasi hasil jawaban responden tentang keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea, sebagai berikut:

Tabel 4.39
Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
1	Yang mendorong saya membeli Ice Cream And Tea karena merasa haus	160	84	81	26	7	358	B
2	Memutuskan untuk membeli Ice Cream And Tea karena iklannya menarik	130	156	72	10	6	374	B

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
3	Memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena tahu dari teman	95	100	111	22	8	336	C
4	Memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena pernah membelinya.	125	160	90	4	3	382	B
5	Memutuskan membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena toko ini telah memiliki nama di mata pelanggan.	105	152	99	16	5	357	B
6	Memutuskan untuk membeli di Mixue Ice Cream And Tea karena harganya terjangkau	280	96	48	4	2	430	SB
7	Memutuskan untuk membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena variannya lengkap dengan berbagai macam rasa	205	88	93	6	3	395	B
8	Memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena adanya kemudahan untuk mendapatkan produk yang saya cari.	180	124	84	4	3	395	B
9	Informasi yang diberikan oleh konsumen lain tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membelinya	165	124	90	6	3	388	B
10	Merasa kebutuhan saya dapat terpenuhi pada saat membeli berbagai produk di	135	104	120	8	3	370	B

No	Item Pernyataan	Sangat setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak setuju	Sangat tidak setuju	Skor	Ket
	Mixue Ice Cream And Tea							
11	Memutuskan untuk membeli produk lagi di Mixue Ice Cream And Tea karena rasanya sangat enak dan merasa puas dengan pelayanannya dan saya akan kembali di lain waktu	150	108	114	4	3	379	B
12	Merekomendasikan produk Mixue Ice Cream And Tea ke teman atau keluarga dan lainnya	180	124	84	4	3	395	B
Jumlah		1.750	1.336	1.005	88	42	4.201	B

Berdasarkan rekapitulasi hasil jawaban responden tentang keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea, skor terendah pada pernyataan memutuskan membeli produk di Mixue Ice Cream And Tea karena tahu dari teman. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan konsumen membeli produk bukan hanya tahu dari teman tetapi dari informasi dan ketersediaan produk, kualitas produk, harga, promosi yang menarik, dan pelayanan yang ramah.

Adapun hasil penelitian di atas dari keseluruhan jawaban responden mengenai keputusan pembelian, kemudian direkap untuk dilihat skor total jawaban konsumen sebagai berikut:

1. Menghitung skor jawaban tertinggi yakni $100 \times 12 \times 5 = 6.000$
2. Menghitung skor jawaban terendah yakni $100 \times 12 \times 1 = 1.200$
3. Menghitung batas interval dengan cara:
4. Nilai Jenjang Interval = $\frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{Kriteria Pernyataan}}$
5. Nilai Jenjang Interval = $\frac{6.000 - 1.200}{5}$

6. Nilai Jenjang Interval = 960
7. Membuat distribusi frekuensi dengan interpretasi sebagai berikut:

Tabel 4.40
Klasifikasi Penilaian Untuk Variabel Keputusan Pembelian

Interval	Keterangan
1200 – 2160	Sangat Rendah
2162– 3122	Rendah
3123 – 4083	Cukup
4084 – 5044	Baik
5045 – 6.005	Sangat Baik

Dari hasil perhitungan klasifikasi diatas, dapat diketahui bahwa jumlah yang diperoleh dari hasil rekapitulasi jawaban responden mengenai keputusan pembelaian sebesar 4201. Dengan demikian pernyataan diatas termasuk dalam klasifikasi baik, artinya variabel keputusan pembelaian pada konsumen Mixue Ice Cream and Tea sudah baik oleh karena itu konsumen melakukan keputusan pembelaian sudah baik.

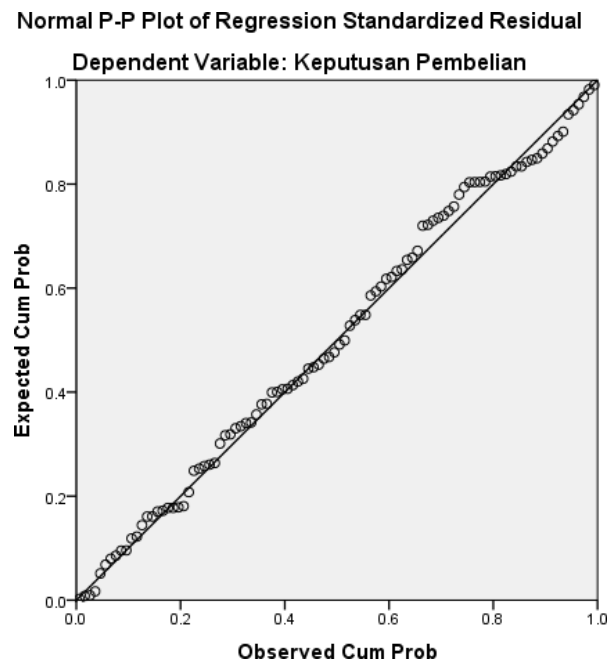
4.4 Hasil Pengolahan Data

4.4.1 Pengujian Asumsi Klasik

Hasil pengujian asumsi klasik antara lain: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi adalah sebagai berikut:

1. Hasil Uji Normalitas

Dari *output* yang didapat dari hasil pengolahan SPSS Versi 24 dapat dilihat pada gambar di bawah ini yang menunjukkan bahwa data menyebar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas Histogram

Uji normalitas lain menggunakan uji statistik nonparametric Kolmogorov Smirnov (K-S) hasilnya terdapat pada tabel 4.41.

Tabel 4.41
Hasil Uji Normalitas Uji K-S
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.30010430
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.039
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Dari *output* yang didapat dari hasil pengolahan SPSS Versi 24 dapat dilihat pada gambar di atas, dimana nilai *asymp. sig* > 0,05. Maka dalam kedua cara ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, atau dianggap berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikoloniaritas

Dari *output* yang didapat dari hasil pengolahan SPSS Versi 24 dapat dilihat pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa pelayanan $0,666 > 0,10$ dan *store atmosphere* $0,666 > 0,10$ selain itu pada kolom VIF *store pelayanan* $1,502 < 10$ dan *store atmosphere* $1,502 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan dan *store atmosphere* tidak terjadi multikoloniaritas sehingga uji multikoloniaritas terpenuhi.

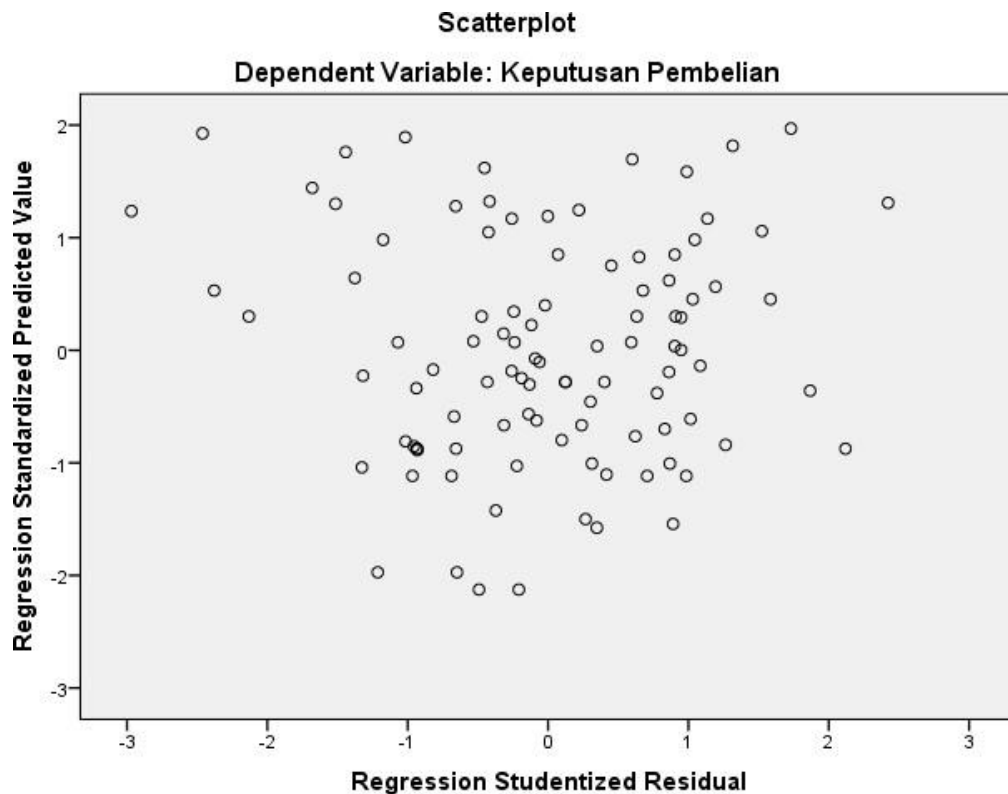
Tabel 4.42
Hasil Uji Multikoloniaritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.508	.238		6.339	.000		
Pelayanan	.407	.064	.553	6.373	.000	.666	1.502
Store atmosphere	.189	.069	.237	2.730	.008	.666	1.502

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser.



Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari *output* yang didapat dari hasil pengolahan SPSS Versi 24 dapat dilihat pada gambar diatas menunjukkan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga dapat dikatakan Uji Heteroskedastisitas terpenuhi.

4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode sebelumnya. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.43

Tabel 4.43
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.504	.30318	1.391

a. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel diatas bahwa hasil *Durbin-Watson* (DW) untuk $n = 100$ dengan 2 variabel independen, dan nilai $\alpha = 0,05$ dan hasil dari $DW = 1,391$. Dengan demikian hasil tersebut dapat diinterpretasikan bahwa dalam penelitian ini tidak terdapat autokorelasi. Berdasarkan model regresi Sujarweni (2016), jika $DU < d < 2$ tidak ada autokorelasi, $1,430 < 1,391 < 2$ maka dapat disimpulkan penelitian ini tidak terdapat autokorelasi.

4.4.2 Pengaruh Pelayanan dan *Store atmosphere* secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* secara Simultan terhadap keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea, penulis dengan menggunakan program SPSS for Windows Versi 24.

Tabel 4.44
Hasil Uji Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.508	.238		6.339	.000		
Pelayanan	.407	.064	.553	6.373	.000	.666	1.502
Store atmosphere	.189	.069	.237	2.730	.008	.666	1.502

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.44 hasil uji regresi berganda yang peneliti lakukan pada variabel pelayanan (X_1), *store atmosphere* (X_2) dengan variabel keputusan pembelian (Y), dengan bentuk persamaan adalah:

$$Y = 1,508 + 0,407X_1 + 0,189X_2 + e$$

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta sebesar 1,508 hal ini berarti jika tidak ada variabel X_1 (Pelayanan) dan X_2 (*Store atmosphere*) yang mempengaruhi, maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1,508.

Tabel 4.45
Hasil Uji Korelasi dan Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.717 ^a	.514	.504	.30318	1.391

a. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS di peroleh R (korelasi) 0,717 atau 71,7%, artinya terdapat korelasi atau keerabatan hubungan yang positif antara pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea. Berdasarkan penafsiran korelasi yang telah dikemukakan maka hubungan positif antara pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea termasuk kategori kuat.

Hasil perhitungan diperoleh (koefisien determinasi) sebesar 0,514, artinya dari angka tersebut dapat dicari besarnya koefisien determinasi yang menunjukkan pengaruh antara antara pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian sebesar 51,4%.

Untuk mengetahui nilai signifikan pengaruh antara pelayanan dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian dilakukan uji F.

Tabel 4.46
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.417	2	4.709	51.225	.000 ^b
	Residual	8.916	97	.092		
	Total	18.333	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Store atmosphere, Pelayanan

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS versi 24 diperoleh nilai F hitung sebesar 51,225 dengan nilai Sig. 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (α). Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Hal ini berarti pelayanan dan Store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.

4.4.3 Pengaruh Pelayanan dan *Store atmosphere* secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan dan *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Mixue Ice Cream and Tea, penulis dengan menggunakan program SPSS *for Windows* Versi 24.

Tabel 4.47
Correlations

		Keputusan Pembelian	Pelayanan	Store atmosphere
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1.000	.690	.557
	Pelayanan	.690	1.000	.578
	Store atmosphere	.557	.578	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	.000	.000
	Pelayanan	.000	.	.000
	Store atmosphere	.000	.000	.
N	Keputusan Pembelian	100	100	100
	Pelayanan	100	100	100
	Store atmosphere	100	100	100

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi antara pelayanan dengan keputusan pembelian sebesar 0,690 yang menunjukkan terdapat hubungan yang kuat antara pelayanan dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien

korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa peningkatan pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian. Maka besar pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian secara parsial adalah $[Kd = (0,690)^2 \times 100\%] = 47,61\%$

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian dilihat dengan cara membandingkan t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan memberikan nilai $t_{hitung} = 6,373$ dan $t_{tabel} = 1,660$ maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,373 > 1,660$ atau dapat dilihat dari nilai sig. 0,000. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.

Nilai koefisien korelasi antara *store atmosphere* dengan keputusan pembelian sebesar 0,557 yang menunjukkan hubungan yang sedang antara *store atmosphere* dengan keputusan pembelian. Nilai koefisien korelasi tersebut bernilai positif yang mengandung arti bahwa *store atmosphere* akan meningkatkan keputusan pembelian secara parsial adalah $[Kd = (0,557)^2 \times 100\%] = 31,02\%$

Untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh *store atmosphere* secara parsial terhadap keputusan pembelian dilihat dengan cara membandingkan t tabel dan t hitung. Hasil perhitungan memberikan nilai $t_{hitung} = 2,730$ dan $t_{tabel} = 1,660$ maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,730 > 1,660$ atau dapat dilihat dari nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak, yang berarti *store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Mixue Ice Cream and Tea.

Hasil penelitian tersebut didukung oleh penelitian Achmad Ardi Irawan (2010) dalam jurnal yang meneliti “Pengaruh *store atmosphere* (suasana toko) terhadap keputusan pembelian”, menyatakan bahwa *Store atmosphere* memiliki

pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Atau dengan kata lain, Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Buku Gramedia Pondok Indah dipengaruhi secara signifikan oleh *Store atmosphere* yang dirasakan oleh pelanggan Toko Buku Gramedia Pondok Indah yang melekat di benak konsumen Toko Buku Gramedia Pondok Indah. Selain itu, Adityas Agung Wicaksono (2012) dalam jurnal yang meneliti “Pengaruh *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Rumahku Art Cafe Magelang” mengatakan bahwa *store atmosphere* terbukti memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Syahbana (2016: 26) mengatakan pelayanan merupakan penyampaian secara *excellent* atau *superior* pelayanan yang ditujukan untuk memuaskan pelanggan sesuai dengan persepsi dan harapannya. Kepuasan pelanggan akan tercapai bila pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan sama dengan jasa yang diharapkan, dalam arti kesenjangan yang terjadi adalah kecil atau masih dalam batas toleransi. Menurut Tjiptono dan Candra (2012: 75) indikator yang digunakan oleh konsumen untuk menilai pelayanan pada suatu perusahaan yaitu kehandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan atau kepastian (*Assurance*), empati (*emphaty*) dan berwujud (*tangibles*).

Meliana et al. (2013) yang meneliti dalam jurnal “Pengaruh Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Giant Hypermarket)” mengatakan bahwa pelayanan secara keseluruhan berpengaruh cukup kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian di gian hypermarket. Kodu (2013) yang meneliti “Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza” mengatakan bahwa pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Yuana dan Wahyuati (2018: 10) mengatakan keputusan pembelian konsumen yaitu tahapan yang digunakan konsumen ketika membeli barang dan jasa. Pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri atas keinginan, pencarian informasi dan pengenalan kebutuhan, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2012:178) indikator keputusan membeli dibagi menjadi tujuh komponen utama yaitu pilihan produk, bentuk produk, pilihan merek, pilihan penyalur, jumlah pembelian, waktu pembelian dan metode pembayaran.