



**PENGARUH LOKASI DAN HARGA TERHADAP RESPON KONSUMEN
PADA WARALABA MIXUE
(Studi Kasus di Jabodetabek)**



**MICHELLE MAHARANI KRISDHARMANTO
NIM: 1905421023**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2023

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

MICHELLE MAHARANI KRISDHARMANTO. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Respon Konsumen Pada Waralaba Mixue (Studi Kasus di Jabodetabek). Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta 2023.

Penelitian ini membahas pengaruh jenis lokasi (lokasi offline dan lokasi online) dan jenis harga (harga normal dan harga diskon) terhadap respon konsumen pada waralaba Mixue. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksperimen murni (*true experimental*) dengan *Post Test Only Control Group Design*. Pengolahan data dalam penelitian menggunakan *software SPSS 26 & 27 for Windows*. Subjek penelitian adalah mahasiswa aktif se-Jabodetabek yang mengetahui produk Mixue. Terdapat dua jenis kelompok dalam penelitian ini, yaitu kelompok kontrol dan kelompok eksperimen yang dipilih secara acak. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa lokasi online memberi respon yang lebih positif daripada lokasi offline pada waralaba Mixue. Kemudian pada harga diskon mendapatkan respon yang lebih baik dibandingkan harga normal. Merujuk pada hasil analisis statistik faktor lokasi dan harga terdapat perbedaan nilai rata – rata (*Mean*) respon konsumen pada kelompok kontrol dan kelompok eksperimen. Untuk interaksi antara jenis lokasi dan jenis harga terhadap respon konsumen yang dipersepsikan dengan sikap konsumen terhadap lokasi dan harga, minat beli konsumen, dan pembelian ulang berpengaruh secara signifikan.

Kata Kunci : Lokasi, Harga, Respon Konsumen.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



MICHELLE MAHARANI KRISDHARMANTO. The Effect of Location and Price on Consumer Response in Mixue Franchise (Case Study in Jabodetabek). Department of Business Administration. Jakarta State Polytechnic 2023.

This study discusses the effect of location types (offline locations and online locations) and price types (normal prices and discount prices) on consumer response to Mixue franchise. This type of research is a true experimental quantitative research with Post Test Only Control Group Design. Data processing in this study was carried out using SPSS 26 for Windows software. The research subjects were active students in Jabodetabek who knew about Mixue products. There are two types of groups in experimental research, such as the control group and the experimental group which are randomly selected. Based on the research results, it is known that online locations give a more positive response than offline locations to the Mixue franchise. Then the discounted price gets a better response than the normal price. Referring to the results of the statistical analysis of location and price factors, there are differences in the average (mean) value of consumer responses in the control group and the experimental group. For the interaction between the type of location and the type of price on consumer responses which are perceived by consumer attitudes towards location and price, consumer buying interest, and repurchase have a significant effect.

Keywords: Location, Price, Consumer Response.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Michelle Maharani Krisdharmanto
NIM : 1905421023
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Respon
Konsumen Pada Waralaba Mixue (Studi Kasus di
Jabodetabek).

Depok, Agustus 2023

Pembimbing I

Pembimbing II

Taufik Akbar, S.E., M.S.M
NIP 198409132018031001

Ni Made Widhi S, S.E., M.M
NIP 196405071992012001



Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dya Lis Mariam, M.Si.
NIP 196501311989032001

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Michelle Maharani Krisdharmanto
NIM : 1905421023
Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan
Judul Laporan Tugas Akhir : Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Respon
Konsumen Pada Waralaba Mixue (Studi Kasus di
Jabodetabek).

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 18 Agustus 2023
Waktu : 08.00–09.00 WIB

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Taufik Akbar, S.E., M.S.M
NIP 198409132018031001
Penguji I : Dr. Nining Latianingsih, S.H., M.H
NIP 196209301992032001
Penguji II : Dewi Winarni Susyanti, S.E., M.Si
NIP 195906041989102001



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Terapan Administrasi Bisnis baik di Politeknik Negeri Jakarta ataupun di Perguruan Tinggi Lain.
2. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Politeknik Negeri Jakarta.

Depok, Agustus 2023

Yang Membuat Pernyataan

Michelle Maharani Krisdharmanto
NIM 1905421023



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan kasih karunia-Nya yang melimpah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat waktu. Penulis menyusun laporan tugas akhir dengan judul, yaitu Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Respon Konsumen Pada Waralaba Mixue (Studi Kasus di Jabodetabek). Tugas akhir skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada program studi Administrasi Bisnis Terapan Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi ini banyak pihak yang turut mendukung dan membantu sehingga dapat terselesaikan dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin mendedikasikan halaman ini untuk berterima kasih kepada pihak-pihak terlibat tersebut, yakni:

1. Dr. Sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Taufik Akbar, S.E., M.S.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta menasihati penulis dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ni Made Widhi S, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan arahan dalam memberikan saran dan masukan terhadap teknis penulisan laporan tugas akhir ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
6. Seluruh dosen di Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah memberikan ilmu pembelajaran selama masa perkuliahan.
7. Staf administrasi dan pendukungnya yang telah membantu memberikan arahan dalam kegiatan administratif.
8. Alm. Ayahanda Agus Krisdharmanto, Ibunda Maria Yani, Adik Moses Raditya Krisdharmanto, dan kakak Rachel Larasati Krisdharmanto yang selalu memberikan doa dan dukungan serta kasih sayang pada penulis selama ini.

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

9. Keluarga besar penulis, kaum saleh Gereja di Cibinong, dan sahabat penulis yang turut menguatkan dan memberikan bantuan serta mendukung secara moral.
10. Seluruh responden yang telah bersedia dalam meluangkan waktu dan pikirannya untuk mengisi kuesioner penelitian eksperimen ini.
11. Semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan laporan tugas akhir ini. Untuk itu penulis mengharapkan saran atau kritik dari para pembaca yang sifatnya membangun dan bermanfaat untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga laporan hasil tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca dan pihak yang berkepentingan lainnya.

Depok, Agustus 2023

Penulis,

Michelle Maharani Krisdharmanto

NIM 1905421023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINILITAS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah	8
1.4 Perumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	8
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Kerangka Teori	10
2.1.1 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	10
2.1.2 Lokasi.....	11
2.1.3 Harga.....	13
2.1.4 Respon Konsumen.....	16
2.2 Hasil Penelitian/Jurnal Relevan.....	21
2.4 Perumusan Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	28
3.1.1 Waktu Penelitian.....	28
3.1.2 Tempat Penelitian	29
3.2 Metode Penelitian.....	29
3.2.1 Prosedur Penelitian Eksperimen	31
3.2.2 Rancangan Penelitian Eksperimen.....	31
3.2.3 Populasi dan Sampel	33
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.2.5 Teknik Pengolahan Data.....	36
3.2.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Hasil Rekapitulasi Data.....	42
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.1.2 Hasil Uji Instrumen	42
4.2 Hasil Analisis.....	51
4.2.1 Profil Partisipan.....	51
4.2.2 Analisis Pendahuluan	56
4.2.3 Analisis Uji Prasyarat Data.....	57
4.2.4 Analisis Uji Hipotesis.....	60
4.3 Pembahasan.....	70
4.3.1 Hipotesis pertama	70
4.3.2 Hipotesis Kedua.....	71
4.3.3 Hipotesis Ketiga.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
LAMPIRAN - LAMPIRAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian/Jurnal Relevan	21
Tabel 2.2 Perbedaan dan Persamaan Hasil Penelitian/Jurnal Relevan	24
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	28
Tabel 3. 2 Jumlah Gerai Mixue di Wilayah Jabodetabek.....	29
Tabel 3.3 Posttest-Only Control Design	30
Tabel 3.4 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Hasil Kaiser Meyer-Olkin dan Bartlett's Test of Sphericity	43
Tabel 4. 2 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> Kelompok Kontrol.....	44
Tabel 4. 3 Hasil Principal Component Analysis Kelompok Kontrol	45
Tabel 4.4 Hasil <i>Kaiser Meyer-Olkin</i> dan <i>Bartlett's Test of Sphericity</i> Kelompok Eksperimen	46
Tabel 4.5 Hasil <i>Anti-Image Correlation</i> Kelompok Eksperimen.....	47
Tabel 4.6 Hasil <i>Principal Component Analysis</i> Kelompok Eksperimen	48
Tabel 4.7 Hasil Reliability Statistics Kelompok Kontrol.....	49
Tabel 4.8 Hasil Item-Total Statistics Kelompok Kontrol	49
Tabel 4.9 Hasil Reliability Statistics Kelompok Eksperimen	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Item-Total Statistics Kelompok Eksperimen	50
Tabel 4.11 Partisipan yang Memenuhi Pra-Syarat Penelitian	56
Tabel 4.12 Hasil Test of Normality Kolmogorov-Smirnov.....	57
Tabel 4.13 Hasil Test of Homogeneity of Variance Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen	59
Tabel 4.14 Hasil Group Statistics Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen	61
Tabel 4. 15 Hasil Independent Sample T Test Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen	63
Tabel 4. 16 Hasil Descriptive Statistics Variabel Attitude Location & Price	65
Tabel 4. 17 Test of Between-Subjects Effects Variable Attitude to Location & Price	66

Hak Cipta :

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

Tabel 4. 18 Hasil Descriptive Statistics Variable Purchase Intention	67
Tabel 4. 19 Test of Between-Subjects Effects Variable Attitude Purchase Intention.....	68
Tabel 4. 20 Hasil Descriptive Statistics Variable Repeat Purchase.....	69
Tabel 4. 21 Hasil Test of Between-Subjects Effects Variable Repeat Purchase	70



Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

Gambar 1.1 Bisnis Waralaba di Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Pasar Waralaba Minuman Boba di Asia Tenggara	3
Gambar 1.3 Jumlah Gerai Waralaba Minuman Boba di Asia Tenggara.....	3
Gambar 1.4 Persebaran Lokasi Mixue di Indonesia	4
Gambar 1.5 Jumlah Lokasi Mixue di Jabodetabek.....	5
Gambar 1.6 Perbedaan Harga Minuman Boba dari Berbagai Merk	6
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
Gambar 3.1 Rancangan Penelitian.....	32
Gambar 3.2 Uji KMO and Bartlett's test of sphericity, Anti-Image	38
Gambar 3.3 Principal Component Analysis	38
Gambar 3.4 Reliability Analysis.....	39
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Partisipan Penelitian.....	52
Gambar 4.2 Usia Partisipan Penelitian	52
Gambar 4.3 Perguruan Tinggi Partisipan Penelitian.....	53
Gambar 4.4 Kota Bekuliah Partisipan Penelitian	54
Gambar 4.5 Frekuensi Membeli Mixue Dalam Sebulan Terakhir Partisipan Penelitian.....	55



Lampiran 1: Data Alamat & Jumlah Mixue di Jabodetabek	79
Lampiran 2: Kuesioner Pilot Study	86
Lampiran 3: Kuesioner Penelitian Kelompok Kontrol	87
Lampiran 4: Kuesioner Penelitian Kelompok Eksperimen	90
Lampiran 5: Iklan Penelitian untuk Kelompok Kontrol	94
Lampiran 6: Iklan Penelitian untuk Kelompok Eksperimen.....	98
Lampiran 7: Data Partisipan Kelompok Kontrol	102
Lampiran 8: Data Partisipan Kelompok Eksperimen.....	103
Lampiran 9: Hasil Uji Validitas Kelompok Kontrol	106
Lampiran 10: Hasil Uji Validitas Kelompok Eksperimen	107
Lampiran 11: Hasil Uji Realibilitas Kelompok Kontrol	109
Lampiran 12: Hasil Uji Realibilitas Kelompok Eksperimen.....	110
Lampiran 13: Hasil Uji Normalitas Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen	111
Lampiran 14: Hasil Uji Homogenitas Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen	112
Lampiran 15: Hasil Uji Hipotesis Penelitian	118
Lampiran 16: Curriculum Vitae	119

Hak Cipta :

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



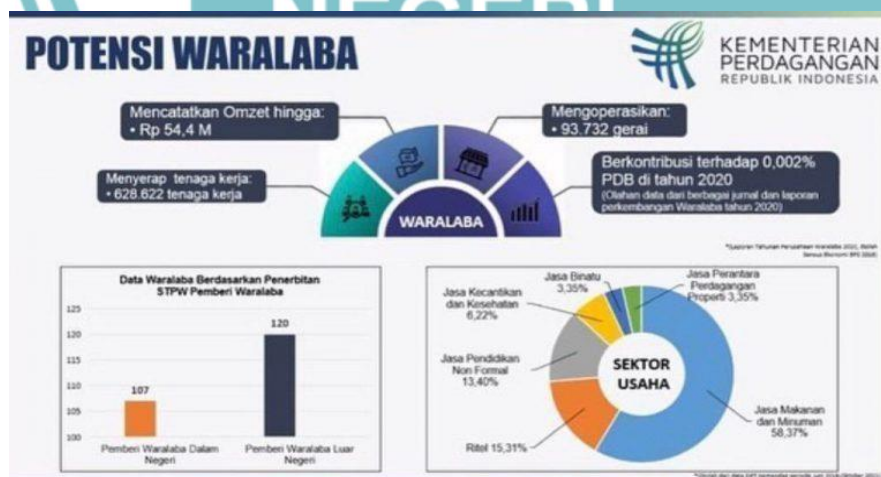
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Waralaba atau yang umum disebut dengan *franchise* merupakan sektor bisnis yang menguatkan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 42/2007 tentang waralaba mengemukakan bahwa:

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Merujuk pada data Kementerian Perdagangan (Kemendag) Republik Indonesia pada bulan Mei 2022, jumlah waralaba di Indonesia mencapai 566 waralaba dan terus bertambah setiap tahunnya. Menurut Syailendra, Plt. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri, pada bulan Mei 2022 mengungkapkan bahwa pemerintah memperkirakan tren bisnis waralaba akan terus bertumbuh seiring dengan meningkatnya permintaan dan respon positif dari masyarakat. Hal ini menandakan potensi waralaba di Indonesia dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.1 Bisnis Waralaba

Sumber: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023.

Hak Cipta:

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Berdasarkan gambar 1.1 di atas, menurut Kementerian Perdagangan (Kemendag) Republik Indonesia, mengungkapkan bahwa waralaba di Indonesia memiliki potensi bisnis yang besar. Hal ini merujuk pada data pada tahun 2020, waralaba telah berkontribusi sebesar 0,002 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara dengan mempekerjakan 628,622 pekerja. Bisnis waralaba berhasil menghasilkan omzet sebesar Rp 54,4 miliar dari penjualan produk yang dijalankan. Gambar 1.1 juga mengungkapkan bahwa sektor usaha waralaba yang memiliki potensi terbesar adalah waralaba makanan dan minuman dengan persentase, yaitu 58,37 persen. Pada posisi kedua terdapat terdapat waralaba ritel sebanyak 15,31 persen dan posisi ketiga diperoleh sektor usaha pendidikan non-formal dengan persentase 13,40 persen. Lalu di posisi keempat dan kelima ditempati oleh waralaba kecantikan dan kesehatan, yaitu 6,22 persen dan waralaba jasa perantara perdagangan properti dan waralaba jasa binatu dengan persentase sama di 3,35 persen.

Waralaba minuman dan makanan sebagai sektor usaha waralaba yang paling berpeluang untuk terus bertumbuh. Salah satu waralaba minuman yang paling laku diminati oleh masyarakat Indonesia adalah boba. Boba adalah teh susu mutiara yang diproduksi dengan gula merah atau *brown sugar* sehingga menjadi manis dan berwarna hitam. Negara Indonesia sendiri sebagai pasar waralaba boba terbesar di Asia Tenggara dengan perkiraan nilai pasar sebesar Rp 24 triliun. Nilai ini sama dengan 43,7 persen dari total nilai pasar boba di wilayah negara Asia Tenggara. Negara terbesar kedua adalah Thailand dengan nilai pasar sebesar US\$749 juta. Pasar terbesar ketiga adalah negara Vietnam dengan nilai pasar sebesar US\$362 juta. Pada posisi keempat, kelima, dan keenam ditempati oleh negara Singapura, Malaysia, dan Filipina dengan masing-masing nilai pasar secara berurutan yaitu, US\$342 juta, US\$330 juta, dan US\$280 juta. Adapun berikut ini data nilai pasar minuman boba terbesar di wilayah Asia Tenggara.

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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



Gambar 1.2 Data Pasar Waralaba Minuman Boba di Asia Tenggara

Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023.

Waralaba boba terbesar yang menguasai pasar di Asia Tenggara pada urutan pertama adalah Mixue dengan jumlah lokasi 1.000 gerai. Pada posisi kedua terdapat waralaba Chatime dengan 595 gerai di kawasan Asia Tenggara. Pada posisi ketiga ditempati oleh waralaba Gong Cha yang memiliki 276 gerai. Lalu, urutan keempat ditempati oleh waralaba KOI dengan jumlah gerai, yaitu 270 gerai. Adapun di bawah ini data waralaba terbesar yang menguasai jaringan boba di Asia Tenggara.



Gambar 1.3 Jumlah Gerai Waralaba Minuman Boba di Asia Tenggara

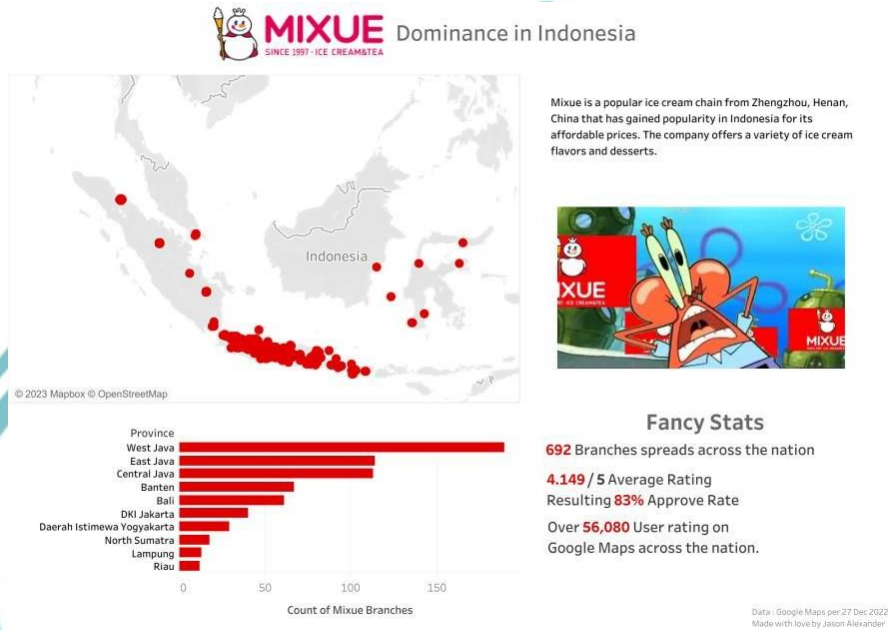
Sumber: databoks.katadata.co.id, 2023.

Mixue merupakan waralaba minuman boba terbesar dari negara Tiongkok yang telah berdiri sejak tahun 1997. Sejak 26 tahun berdiri, Mixue terus berekspansi

Hak Cipta :

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

masif seiring dengan permintaan yang melonjak terhadap produknya yang terjangkau. Mixue pertama kali membuka gerai di Indonesia pada tahun 2020 yang berlokasi di Cihampelas, Bandung. Hingga saat ini, Mixue telah membuka 656 gerai di seluruh wilayah Indonesia dalam kurun waktu tiga tahun. Berikut di bawah ini adalah data persebaran lokasi Mixue di Indonesia.



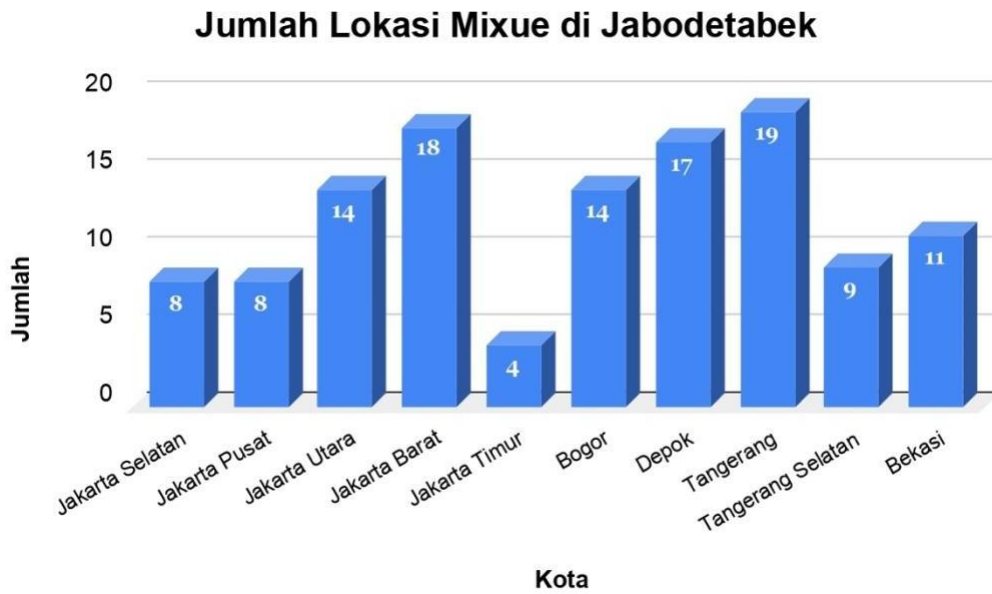
Gambar 1.4 Persebaran Lokasi Mixue di Indonesia

Sumber: Tableau, 2023.

Berdasarkan gambar 1.4 di atas, provinsi dengan gerai Mixue terbanyak adalah Jawa Barat yang terdiri dari 189 gerai. Pada peringkat kedua, terdapat Provinsi Jawa Timur dengan 114 gerai dan peringkat ketiga oleh Provinsi Jawa Tengah yang berjumlah 113 gerai. Urutan keempat, kelima, dan keenam terdapat provinsi Banten, Bali, dan DKI Jakarta dengan masing-masing jumlah gerai secara berurutan adalah 67 gerai, 61 gerai, dan 52 gerai. Jabodetabek merupakan wilayah metropolitan di Indonesia yang membentang provinsi DKI Jakarta, Banten, dan Jawa Barat. Wilayah ini terdiri dari kota Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi. Berikut data jumlah lokasi Mixue di Jabodetabek.

Hak Cipta :

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



Gambar 1.5 Jumlah Lokasi Mixue di Jabodetabek

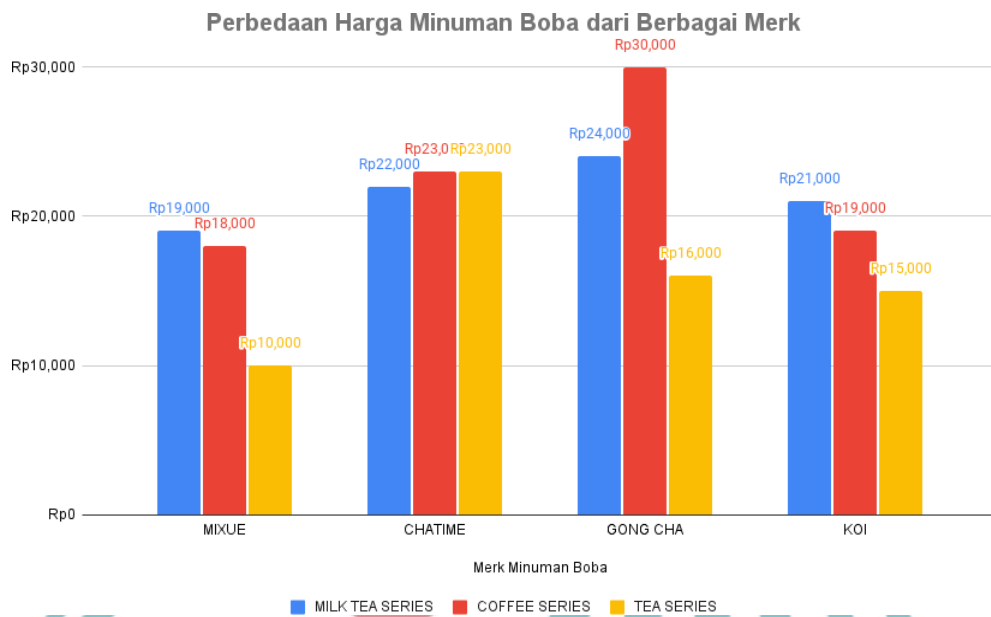
Sumber: Data diolah Penulis, 2023.

Mixue sebagai waralaba minuman boba yang cara menjangkau target konsumen dengan melakukan ekspansi ke ruko-ruko pinggir jalan, *marketplace*, pusat perbelanjaan (*shopping center*), dan kompleks perniagaan. Lokasi merupakan suatu tempat berlangsungnya usaha bisnis atau saluran distribusi suatu barang atau jasa dari penjual ke pembeli. Saat menentukan lokasi waralaba, ketetapan pemilihan lokasi yang strategis merupakan pertimbangan yang penting (Arianto dan Satrio, 2020).

Selain lokasi, Mixue merupakan waralaba minuman boba yang terkenal karena menjual produk dengan harga terjangkau. Harga sebagai sejumlah nilai mata uang yang dibebankan kepada konsumen atas suatu produk untuk memperoleh kegunaan atau manfaat dari memiliki produk tersebut (Kotler & Amstrong, 2016). Produk yang ditawarkan oleh Mixue terdiri dari berbagai pilihan menu, antara lain *milk tea series*, *real fruit tea*, *fresh tea*, *fresh ice cream*, dan *coffee series*. Adapun di bawah ini adalah perbandingan harga waralaba minuman boba dari berbagai kompetitor Mixue.

Hak Cipta :

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



Gambar 1.6 Perbedaan Harga Minuman Boba dari Berbagai Merk

Sumber: Data diolah Penulis, 2023.

Melansir data pada gambar 1.6 dapat dilihat bahwa harga minuman Mixue lebih terjangkau dibandingkan merk minuman boba lainnya. Pilihan menu varian *Milk Tea Series*, Mixue menjual dengan harga terendah, yaitu Rp19.000. Kompetitor lain seperti Chatime, Gong Cha, dan KOI masing - masing menjual harga varian milk tea series secara berurutan adalah Rp22.000, Rp24.000, dan Rp21.000. Selain varian *milk tea series*, Mixue juga memasarkan varian *coffee series* seharga Rp18.000. Harga tersebut lebih murah dibandingkan Chatime, Gong Cha, dan KOI yang menawarkan harga produknya, yaitu Rp23.000, Rp30.000, dan Rp19.000.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Syafira Betari, Nina Maharani, Dedy Ansari Harahap (2022) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Pada Kawan Kopi Bandung membuktikan bahwa berpengaruh secara simultan antara Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Kawan Kopi Bandung. Selain itu juga berpengaruh secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Kawan Kopi Bandung. Kemudian, terdapat pengaruh secara parsial antara Lokasi terhadap Minat Beli pada Kawan Kopi Bandung.



Hak Cipta :

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

Terdapat penelitian sebelumnya oleh Elvi Syahdani pada tahun 2022 yang berjudul Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Pada Floc.co *Coffee Shop* Medan membuktikan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel *store atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Ulang Floc.co *Coffee Shop* Medan. Variabel harga juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang pada Floc.co *Coffee Shop* Medan. Kemudian, variabel lokasi juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Floc.co Medan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Dian Mayasari, Moch Noerhadi Sudjoni, Nikmatul Khoiriyah (2021) dengan judul penelitian adalah Bauran Pemasaran dan Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Respon Konsumen Jamur Tiram mengungkapkan bahwa variabel bauran pemasaran yang berpengaruh terhadap respon konsumen adalah harga, sedangkan yang tidak berpengaruh yaitu produk, promosi, dan lokasi. Selain itu, variabel harga dan pekerjaan memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan produk, promosi, lokasi, dan faktor sosial ekonomi lainnya.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan, peneliti tertarik untuk meneliti tugas akhir dengan judul **“Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Respon Konsumen Pada Waralaba Mixue (Studi Kasus di Jabodetabek)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah berikut ini:

- a. Pertumbuhan sektor waralaba minuman dan makanan yang tinggi dapat menciptakan persaingan yang kompetitif antar usaha bisnis.
- b. Pertambahan jumlah lokasi Mixue di wilayah Jabodetabek memicu persaingan antar waralaba dalam memperoleh konsumen.
- c. Penentuan unsur bauran pemasaran, yaitu lokasi dan harga yang tepat bagi usaha bisnis Mixue.
- d. Peran lokasi dalam memengaruhi respon konsumen pada waralaba Mixue.
- e. Peran harga dalam memengaruhi respon konsumen pada waralaba Mixue.



Hak Cipta :

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

- f. Peran lokasi dan harga dalam memengaruhi respon konsumen pada waralaba Mixue.

1.3 Pembatasan Masalah

Berlandaskan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti paparkan sebelumnya, penelitian ini berfokus pada pengaruh lokasi dan harga, terhadap respon konsumen pada waralaba Mixue. Subjek penelitian penulis adalah responden yang berlatar belakang mahasiswa dikarenakan peneliti akan memanipulasi variabel lokasi dan variabel harga sehingga kriteria latar belakang pendidikan responden adalah mahasiswa aktif di Jabodetabek yang mengetahui produk Mixue.

1.4 Perumusan Masalah

Peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini berdasarkan identifikasi masalah yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Bagaimana lokasi memengaruhi respon konsumen waralaba Mixue di Jabodetabek?
- b. Bagaimana harga memengaruhi respon konsumen waralaba Mixue di Jabodetabek?
- c. Bagaimana lokasi dan harga memengaruhi respon konsumen pada waralaba Mixue di Jabodetabek dengan mengontrol faktor lokasi dan harga?

1.5 Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh lokasi yang dipersepsikan dengan *marketplace* dan *shopping center* terhadap respon konsumen pada waralaba Mixue di Jabodetabek.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga yang dipersepsikan sebagai harga normal dan harga diskon terhadap respon konsumen pada waralaba Mixue di Jabodetabek.



Hak Cipta :

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

- c. Untuk mengetahui pengaruh lokasi dan harga terhadap respon konsumen pada waralaba Mixue di Jabodetabek.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kontribusi sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi peneliti, yaitu menambah pengetahuan serta wawasan penulis mengenai penetapan harga dan penentuan lokasi sebagai salah satu usaha mengetahui respon konsumen, sehingga ilmu yang diperoleh dapat dipraktikkan ke depannya.
- b. Manfaat bagi perusahaan diharapkan mampu memberikan bahan masukan serta referensi dalam upaya meningkatkan respon konsumen.
- c. Manfaat bagi mahasiswa sebagai bahan referensi dan rujukan untuk penelitian kedepannya serta memperluas wawasan literatur mengenai bauran pemasaran aspek lokasi dan harga terhadap respon konsumen yang dipersepsikan dengan sikap konsumen, minat pembelian, dan pembelian ulang.





Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lokasi online yang dipersepsikan di toko online memberikan respon konsumen dari segi sikap (*attitude to location*) lebih positif daripada lokasi offline yang dipersepsikan di shopping center, dengan nilai rata-rata kelompok eksperimen lebih tinggi dari kelompok kontrol, yaitu $4.32 > 4.18$. Hal ini menunjukkan bahwa waralaba Mixue dalam meningkatkan respon konsumen maka perlu memperhatikan platform toko online.
2. Berdasarkan hasil *Independent Sample T Test I* dengan melihat nilai sig (2-tailed), yaitu ($p=0.311$) lebih kecil dari 0.5 menunjukkan bahwa lokasi online dan offline mempunyai perbedaan yang tidak signifikan. Artinya baik di lokasi online maupun lokasi offline, konsumen Mixue akan tetap melakukan pembelian produk Mixue.
3. Nilai harga diskon memiliki respon konsumen yang dipersepsikan dengan segi sikap (*attitude toward price*) lebih positif daripada harga normal dengan nilai rata-rata kelompok eksperimen lebih tinggi dari kelompok kontrol, yaitu $4.50 > 4.00$. Hal ini menunjukkan bahwa harga diskon yang diiklankan oleh waralaba Mixue dengan tujuan meningkatkan respon konsumen terbukti berpengaruh.
4. Berdasarkan hasil *Independent Sample T Test I* dengan melihat nilai sig (2-tailed), yaitu ($p=0.002$) lebih kecil dari 0.5 menunjukkan bahwa harga normal dan harga diskon terbukti memiliki perbedaan yang signifikan. Artinya waralaba Mixue yang sedang menawarkan harga diskon kepada konsumen terbukti mendapat respon konsumen yang lebih baik daripada waralaba Mixue yang hanya menawarkan dengan harga normal.
5. Respon konsumen yang dipersepsikan sebagai minat membeli (*purchase intention*) dengan nilai *Mean* kelompok eksperimen adalah 4.28 lebih tinggi daripada nilai *Mean* kelompok kontrol sebesar 3.86. Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan respon konsumen antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen.



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kemudian, respon konsumen yang dilihat dari nilai pembelian ulang (*purchase intention*) kelompok eksperimen (4.16) lebih positif daripada kelompok kontrol (3.98) membuktikan terdapat perbedaan respon konsumen antara kedua kelompok.

- Merujuk pada uji Two Way ANOVA hasil nilai Mean variabel *location and price* kelompok kontrol < kelompok eksperimen, yaitu $3.70 < 4.00$ dengan nilai signifikansi ($p=0.000$). Untuk variabel *repeat purchase* kelompok kontrol < kelompok eksperimen, yakni $3.72 < 4.28$ dengan nilai Sig. 0.002, selanjutnya variabel *repeat purchase* kelompok kontrol < kelompok eksperimen, yaitu $3.80 < 4.28$ dengan nilai Sig. 0.004. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa antara kedua faktor lokasi dan faktor harga terbukti terdapat interaksi yang signifikan.

5.2 Saran

Penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil rata-rata (*Mean*) respon konsumen dengan membandingkan kelompok eksperimen lebih tinggi daripada kelompok kontrol menandakan lokasi online dapat meningkatkan respon konsumen, yaitu sikap konsumen, minat membeli, dan pembelian ulang. Hal ini menunjukkan di tengah masifnya *grand opening* gerai Mixue di seluruh wilayah Jabodetabek, perusahaan Mixue juga tetap perlu mempertimbangkan untuk memperhatikan dan memaksimalkan lokasi online di platform *e-commerce*.
- Pemilihan jenis harga diskon yang ditawarkan kepada konsumen Mixue merupakan hal penting bagi perusahaan dalam meningkatkan respon konsumen. Pemasar dapat memperhatikan media iklan dalam menarik perhatian konsumen guna mempromosikan diskon Mixue yang sedang berlangsung sehingga konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian Mixue.
- Bagi penelitian yang akan datang dapat menambah pilihan jenis harga diskon, yaitu diskon persentase harga, diskon kuantitas, *cash discount*, dan *trade discount* untuk melihat jenis diskon yang paling menarik respon konsumen. Selain menambah pilihan jenis diskon, penelitian selanjutnya dapat membandingkan aspek bauran pemasaran (*marketing mix*) 4P (*product, price, place, promotion*)



yang belum diteliti, seperti jenis produk (produk hedonis dan produk utilitarian) dan jenis promosi (*advertising, personal selling, public relation, sales promotion, dan direct marketing*) dilihat dari aspek bauran pemasaran yang akan dimanipulasi.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





DAFTAR PUSTAKA

- Petari, S., Maharani, N., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada Coffee Shop Kawan Kopi Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1). <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2434>
- Prarma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2)*. GUEPEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=acpLEAAAQBAJ>
- Supraprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8), 2895–2914. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Fauzi, D. H. (2021). *Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(6). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i6>
- Hardisman, M. (2020). *Mudah, Praktis, Gratis, dan Legal Analisis Data dan Statistik Kesehatan dengan Program JASP*. SPASI MEDIA. <https://books.google.co.id/books?id=heL8DwAAQBAJ>
- Ig. Dodiet Aditya Setyawan., Ade Devriany., & Nuril Huda, dkk. (2021). *Buku Ajar Statistika*. Penerbit Adab. <https://books.google.co.id/books?id=A7NVEAAAQBAJ>
- James J. Spillane, S. J., M, T. A. H., Press, S. D. U., & Press, S. D. U. (2021). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Sanata Dharma University Press. <https://books.google.co.id/books?id=BzM0EAAAQBAJ>
- Komaryatin, N. (2022). *Modul Ajar Implementasi Pemasaran*.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018a). *Principle of Marketing*.
- Mayasari, D., Sudjoni, M. N., & Khoiriyah, N. (2021). *Bauran Pemasaran Dan Faktor Sosial Ekonomi Terhadap Respon Konsumen Jamur Tiram*.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Musfar, T. Firli. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran : Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=CZUDEAAAQBAJ>

Pratiwi, D. (2021). *Metode Team Accelerated Instruction (Tai) Pengaruhnya Terhadap Prestasi Belajar*. Pascal Books. <https://books.google.co.id/books?id=9ZdXEAAAQBAJ>

Pratiwi, G. S. (2016). *Pengantar Biostatistik*. UMM Press. <https://books.google.co.id/books?id=PcRiDwAAQBAJ>

Rahmawati, Mulawarman, U. (2022). *Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing (Panduan bagi Peneliti Pemula)*. Universitas Mulawarman. <https://books.google.co.id/books?id=-3KcEAAAQBAJ>

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020a). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020b). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ>

Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890.

Siregar, Ir. S. (2017). *Metode Pemilihan Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=IjTMDwAAQBAJ>

Sutha, D. W. (2021). *Biostatistika*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). <https://books.google.co.id/books?id=HVFKEAAAQBAJ>

Tumonggor, K. K. R. (2022). *Pengaruh Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Alfamart Braga, Jalan Braga No. 66, Kota Bandung*. 77–95.

Waluya, B. (2017). *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. PT Grafindo Media Pratama. <https://books.google.co.id/books?id=pGxmsW9Emc0C>

Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan*. Elex Media Komputindo. <https://books.google.co.id/books?id=ZRdQDwAAQBAJ>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Indiana, I. M., & Indiani, N. L. P. (2022). Peran Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Dalam Mendorong Keputusan Pembelian Kembali di Bale Ayu Denpasar. *Wacana Ekonomi (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi)*, 21(1), 55–63. <https://doi.org/10.22225/we.21.1.2022.55-63>

Zaid, Z., & Anam, S. (2021). *Ekuitas Merek dan Advokasi Pelanggan Melalui Strategi Gamifikasi dan Kualitas Pelayanan*. Academia Publication. <https://books.google.co.id/books?id=J9Q-EAAAQBAJ>



LAMPIRAN - LAMPIRAN

Lampiran Data Alamat & Jumlah Mixue di Jabodetabek

Kota	Alamat Lokasi Mixue di Jabodetabek	Jumlah
Jakarta Selatan	1. Pantai 39, Bangka Raya No. 39, Kemang, Jakarta Selatan	8 gerai
	1. Tebet Utara Dalam No. 1A, Tebet, Jakarta Selatan	
	1. Lantai UG Jl. HR Rasuna Said, Kuningan, Jakarta Selatan	
	1. Casablanca, Lantai LG Jl. Casablanca Raya, Tebet, Jakarta Selatan	
	1. Gandaria City, Lantai UG, Jl. Sultan Iskandar Muda, Gandaria, Jakarta Selatan	
	1. Blok M, Lantai 6 Jl. Bulungan No. 76, Blok M, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan	
	1. Dikharjo No. 266, Tebet, Jakarta Selatan	
	1. Senen Kalibata City, Tower Borneo, Jl. Kalibata Raya No. 1, Kalibata, Jakarta Selatan	
Jakarta Pusat	1. Bendungan Hilir No. 4, Bendungan Hilir, Jakarta Pusat	8 gerai
	1. Karet Sentiong No. 33B, Senen, Jakarta Pusat	
	1. Pasar Baru, Pasar Baru, Sawah Besar, Jakarta Pusat	
	1. Lantai 2 Jl. Senen Raya No. 135, Senen, Jakarta Pusat	
	1. Petajuran Negara No. 6, Cempaka Putih, Jakarta Pusat	
	1. Suryopranoto No. 44, Gambir, Jakarta Pusat	
	1. Green Pramuka Square, Lantai Ground, Jl. Jenderal Ahmad Yani, Cempaka Putih, Jakarta Pusat	
1. Pecenongan No. 48A, Pecenongan, Jakarta Pusat		
	1. Pondok Beach View, Blok A No. 52, Jl. Pantai Indah Kapuk, Pantai Indah Kapuk (PIK), Penjaringan, Jakarta Utara	14 gerai

Jakarta Utara	1. Muara Karang Raya Blok A8 Utara No. 33, Muara Karang, Penjaringan, Jakarta Utara	18 gerai
	1. Mall Kelapa Gading 3, Lantai LG, The FoodHall, Jl. Kelapa Gading Boulevard, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Kelapa City Kelapa Gading Blok SCBRD No. 25, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Mall Indonesia, Lantai LG, Jl. Boulevard Barat Raya, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Mall Artha Gading, Lantai 2 Jl. Boulevard Artha Gading, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Pluit Village, No. 6, Jl. Pluit Indah Raya, Pluit, Penjaringan, Jakarta Utara	
	1. Otto Iskandardinata, Pantai Indah Kapuk, Penjaringan, Jakarta Utara	
	1. Pareren Tokyo Riverside PIK 2 Jl. Otto Iskandardinata, Pantai Indah Kapuk, Penjaringan, Jakarta Utara	
	1. Kelapa Hibrida Raya Blok PD14 No. 21, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Senangka No. 31, Koja, Jakarta Utara	
Jakarta Barat	1. Pantai Indah Laut, Blok A No. 15 Jl. Pantai Indah Selatan I, Pantai Indah Kapuk, Penjaringan, Jakarta Utara	18 gerai
	1. Boulevard Raya Blok FV1 No. 16, Kelapa Gading, Jakarta Utara	
	1. Muara Karang Barat No. 40B, Muara Karang, Penjaringan, Jakarta Utara	
	1. Mall Cakra Utara, Lantai LG, Jl. Arteri S. Parman, Grogol, Jakarta Barat	
	1. Neo Mall Jl. Letjen S. Parman, Slipi, Jakarta Barat	
	1. Pacific Chinatown Point, Lantai UG, Jl. Pancoran No. 42A, Glodok, Jakarta Barat	
	1. East City, Lantai Ground 2, Jl. Prof. Dr. Latumenten No. 33, Latumenten, Jakarta Barat	
	1. Tanjung Duren Raya No. 361B, Tanjung Duren, Jakarta Barat	
Jakarta Barat	1. Komplek Taman Duta Mas, Blok B1 No. 15D, Jl. Kusuma, Jelambar, Jakarta Barat	18 gerai
	1. Gedung Tanjung Duren Square, No. 1J, Jl. Tanjung Duren Raya, Tanjung Duren, Jakarta Barat	
Jakarta Barat	1. Blok Duta Mas Square, Lantai Ground, Jl. Mangga Besar Raya, Mangga Besar, Jakarta Barat	

Hak Cipta :
Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, penulisan karya, atau gambar, tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengutip dan menyalin atau menyalin sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, penulisan karya, atau gambar, tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



	<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh isi karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Negeri Jakarta</p> <p>2. Dilarang mengutip atau menjiplak dalam bentuk apa pun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta</p>	
	<p>1. Lippo Mall (Lippo Mall Puri), Lantai LG, The FoodHall, Jl. Puri Indah Boulevard Blok U1, Puri, Jakarta</p>	
	<p>2. Taman Palem Lestari, Blok CC1 No. 1A, Jl. Taman Palem Lestari, Cengkareng, Jakarta Barat</p>	
	<p>3. Kembangan Raya No. 54A, Gajah Mada, Jakarta Barat</p>	
	<p>4. Mawardi I No. 15C, Grogol, Jakarta Barat</p>	
	<p>5. Plaza De Lumina, Blok A No. 1, Jl. Taman Semanan Indah, Cengkareng, Jakarta Barat</p>	
	<p>6. Cordoba Blok E No. 5, Green Lake City, Jl. Green Lake City Boulevard, Cengkareng, Jakarta Barat</p>	
	<p>7. Gajah Mada, Lantai Ground, Jl. Puri Indah Raya, Puri, Jakarta Barat</p>	
	<p>8. Tomy Mas, Lantai Basement, Jl. KH Hasyim Ashari, Roxy, Jakarta Barat</p>	
	<p>9. Puri Mall, Lantai Lower Mezzanine, Jl. Letjen S. Parman, Slipi, Jakarta Barat</p>	
	<p>10. Blok Cengkareng, Cengkareng, Jakarta Barat</p>	
Jakarta Timur	<p>11. Pustaka Timur No. 34A, Rawamangun, Jakarta Timur</p>	4 gerai
	<p>12. Aron Mall, Jl. Pemuda No. 3 - 4, Rawamangun, Jakarta Timur</p>	
	<p>13. The Savoy, Blok B1 No. 8, Jakarta Garden City Jl. River Garden Boulevard, Cakung, Jakarta Timur</p>	
	<p>14. Plaza Kramat Jati Jl. Raya Bogor KM 19, Kramat Jati, Jakarta Timur</p>	
Bogor	<p>15. Anhad Sobana (Bangbarung Raya) No. 1, Bogor Utara, Bogor, Jawa Barat</p>	14 gerai
	<p>16. Kota Wisata Cibubur, Blok CBF No. 31, Ruko Canadian Broadway, Jl. Canadian Brodway, Cibubur, Bogor, Jawa Barat</p>	
	<p>17. Rengasutan No. 48, Bogor Timur, Bogor</p>	
	<p>18. Suyu Kencana, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat</p>	
	<p>19. Jedd Sudirman No. 32, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat</p>	
	<p>20. Rangsang Ciluar No. 52, Bogor Utara, Bogor, Jawa Barat</p>	

	<p>1. Dramaga, Bogor Barat, Bogor, Jawa Barat</p> <p>City, Ruko Pasar Bersih Sentul City Jl. Raya Babakan Madang No. 40, Sentul, Bogor</p> <p>Bogor Junction, Jl. Jend. Sudirman No. 11, Bogor Tengah, Bogor, Jawa Barat</p> <p>Tol Jagorawi KM. 34 Jl. Tol Jagorawi, Sentul, Bogor</p> <p>Amad Agrowijaya (Pandu Raya) No. 113B, Bogor Utara, Bogor, Jawa Barat</p> <p>Cinong City Mall</p> <p>Cinere</p> <p>Cinong City Center</p>	
Depok	<p>1. Margonda Raya No. 2, Sukmajaya, Depok Timur, Depok, Jawa Barat</p> <p>City, Lantai 2, Jl. Margonda Raya, Beji, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. Margonda Raya No. 23C, Pancoran Mas, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. A. UI, Cimanggis, Kelapa Dua, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. Cibece Raya, Cinere, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. M. Yusuf Yahya No. 5, Sukmajaya, Depok II Tengah, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. F. Iskandar No. 3, Sukmajaya, Depok II Tengah, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. H. Amawi No. 72, Beji, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. Studio Mall Cibubur, Lantai Lower Ground, Jl. Raya Alternatif Cibubur No. 230, Cimanggis, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. Margonda Raya No. 505C, Beji, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. Ruko Arjo Bima, No. 5 Jl. Moh. Kahfi I, Beji, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. R. Sawangan No. 5, Pancoran Mas, Depok, Jawa Barat</p> <p>1. R. Sawangan No. 88, Pancoran Mas, Depok, Jawa Barat</p>	17 gerai

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengcantumkan dan menyebutkan sumber kritik atau tinjauan s
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan umum.
 2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak salinannya tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Politeknik Negeri Jakarta
 Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber:
 a. Pengutipan harus mengutip keparagraf yang bersangkutan dan penulisan kritik atau tinjauan s
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumpulkannya dan memperjualkannya tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	<p>1. Raya No. 36, Cimanggis, Kelapa Dua, Depok, Jawa Barat</p> <p>2. AVI River View, No. 5 Jl. Akses UI, Cimanggis, Kelapa Dua, Depok, Jawa Barat</p> <p>3. Dan Plan, Jl. Meruyung Raya, Limo, Depok, Jawa Barat</p> <p>4. Kalimulya Jaya, No. 7G Jl. Raya Kalimulya No. 19, Cilodong, Depok, Jawa Barat</p>	
Tangerang	<p>5. Parais Paradise Eksklusif, Blok C2 No. 22, Jl. Poris Indah, Cipondoh, Tangerang, Banten</p> <p>6. Rame Rame Food Carnival, Jl. Jendral Sudirman No. 1, Kota Tangerang, Tangerang, Banten</p> <p>7. Taman Bandara, No. 19 Jl. Wijaya Kusuma II, Dadap, Tangerang, Banten</p> <p>8. Gading Serpong Jl. Gading Golf Boulevard, Tangerang, Banten</p> <p>9. Grande 1, Blok B No. 9 Jl. Ir. Sukarno, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>10. South Goldfinch, Blok SGD No. 20, Jl. Springs Boulevard, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>11. Khasyim Ashari No. 15, Cipondoh, Tangerang, Banten</p> <p>12. Batavia, Blok AA2, Jl. Gading Serpong Boulevard, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>13. Golden 8, Blok I No. 33, Jl. Ki Hajar Dewantara, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>14. Karawaci, Lantai Ground, Jl. Boulevard Diponegoro No. 105, Karawaci, Tangerang, Banten</p> <p>15. Kisamaun, Jl. Kisamaun No. 77, Kota Tangerang, Tangerang, Banten</p> <p>16. Balsa, Blok D No. 26, Jl. Gading Serpong Boulevard, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>17. Acadia Square, No. 9, Jl. Gading Serpong Boulevard, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>18. Praday, Blok A No. 26 Jl. Scientia Boulevard, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>19. Aiviva Junction Paramount, Blok F No. 2 Jl. Permata Medang, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p> <p>20. Recon Digital Center Mall Jl. Scientia Boulevard Gading, Gading Serpong, Serpong, Tangerang, Banten</p>	19 gerai

	<p>Hak Cipta :</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penyaluran ke publik atau media massa. Untuk penyaluran ke publik atau media massa, penyaluran harus disertai dengan izin tertulis dari Politeknik Negeri Jakarta.</p> <p>2. Dilarang mengutip dan menerbitkan karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> a. Toko Piasar Modern Paramount Serpong, Blok F No. 22, Jl. Boulevard Raya Gading Serpong, Tangerang, Banten b. Toko Aores No. 32, Jl. Wijaya Kusuma, Cipondoh, Tangerang, Banten c. L. Ray Mauk Periuk, Tangerang Periuk, Tangerang, Banten 	
Tangerang Selatan	<ul style="list-style-type: none"> d. The Icon Business Park, Blok H No. 2, Jl. BSD Raya Barat, BSD, Serpong, Tangerang Selatan, Banten e. Citra Jaya Xchange Mall, Lantai Ground, Jl. Boulevard Bintaro Jaya, Bintaro, Tangerang Selatan, Banten f. Nuca Loka, Jl. Kalimantan Blok E2 No. 8, BSD, Serpong, Tangerang Selatan, Banten g. Citra Plaza, Lantai 1, Jl. Bintaro Utama (Bintaro Sektor 3A), Bintaro, Tangerang Selatan, Banten h. SD Citra Plaza, Lantai Ground, Jl. Pahlawan Seribu Sektor IV, BSD, Serpong, Tangerang Selatan, Banten i. Toko Alvinya Lake Side, Jl. Kp. Gn. Batu , BSD, Serpong, Tangerang Selatan, Banten j. Toko Colina Arcade 2, Blok JB No. 22, Jl. Graha Raya Bintaro, Bintaro, Tangerang Selatan, Banten k. Toko Piasar 8, Blok RC No. 32, Jl. Alam Utama, Alam Sutera, Serpong, Tangerang Selatan, Banten l. Toko C BSD, Blok R No. 19, Jl. Pahlawan Seribu, BSD, Serpong, Tangerang Selatan, Banten 	9 gerai
Bekasi	<ul style="list-style-type: none"> m. Grand Galaxy City, Jl. Pulo Sirih Utama No. 24A, Bekasi Selatan, Bekasi, Jawa Barat n. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat o. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat p. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat q. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat r. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat s. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat t. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat u. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat v. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat w. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat x. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat y. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat z. Jl. Cempun Raya, Pondok Gede, Bekasi, Jawa Barat 	11 gerai



ptika milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan s
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengizinkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Universitas Buana Nusantara, Jl. Koprak Bosan, Bekasi Selatan, Bekasi, Jawa Barat

Malay Metropolis, Lantai 2, Jl. KH. Noer Ali, Bekasi Selatan, Bekasi, Jawa Barat



Lampiran 2: Kuesioner Pilot Study

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Salam Pagi/Siang/Sore/Malam.

Perkenalkan saya Michelle Maharani Krisdharmanto, mahasiswi Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan survey "*Analisis Media Iklan & Diskon*" untuk keperluan bauran pemasaran.

Saya memohon ketersediaan Anda untuk mengisi daftar pertanyaan di bawah yang membutuhkan waktu sekitar 2 - 5 menit. Tidak ada jawaban yang benar dan salah dalam daftar pertanyaan ini. Dalam mengisi daftar pertanyaan ini, Anda diminta untuk mengisi sesuai dengan pemikiran dan perilaku Anda tanpa pengaruh dari pihak manapun.

Atas waktu dan perhatian Anda, saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Michelle Maharani Krisdharmanto

A. Data Diri

1. Nama
2. Jenis Kelamin
 - Laki - laki
 - Perempuan
3. Usia
 - 18 - 19
 - 20 - 21
 - 22 - 23
 - 24 - 25

B. Daftar Pertanyaan

1. Menurut Anda, apa media iklan yang paling menarik?
 - Youtube
 - Tiktok
 - Instagram
 - WhatsApp
 - Website
2. Menurut Anda, apa bentuk diskon yang paling menarik?
 - Diskon Harga Coret

Hak Cipta : 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Diskon Persentase Harga



3. Menurut Anda, berapa persentase potongan harga (diskon) yang paling sesuai bagi penjual dan pembeli?
 - 5%
 - 10%
 - 15%
 - 20%
 - 25%
4. Menurut Anda, berapa lama periode waktu diskon yang paling menarik?
 - 8 Jam (10.00 - 18.00)
 - Satu hari
 - Tiga hari
 - Satu minggu
 - Satu bulan

Lampiran 3: Kuesioner Penelitian Kelompok Kontrol

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam Teman - Teman Mahasiswa/i.

Perkenalkan saya Michelle Maharani, mahasiswi Politeknik Negeri Jakarta jurusan Administrasi Niaga, program studi Administrasi Bisnis Terapan. Saat ini, saya sedang melakukan survei pemasaran produk Mixue.

Dalam survei ini terdapat beberapa ketentuan sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Silakan membuka instagram [@mixue_doremi](https://www.instagram.com/mixue_doremi) yang berisi informasi *grand opening Mixue*;

2. Selanjutnya, mohon untuk melihat iklan Mixue melalui link berikut ini:
<https://www.instagram.com/p/CtUE1rIAPMu/>

3. Informasi identitas dan jawaban Anda dalam survei ini akan dijaga kerahasiaannya; dan

4. Survei diperkirakan memerlukan waktu sekitar 5 hingga 10 menit.

Apabila terdapat hal yang ingin ditanyakan, silakan hubungi saya melalui:
WhatsApp: (wa.me/+6285888768941)

Atas waktu dan perhatian Anda, saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Michelle Maharani

Data Partisipan

1. Nama Lengkap

2. Usia

- 18 – 19 tahun
- 20 – 21 tahun
- 22 – 23 tahun
- 24 – 25 tahun

Jenis Kelamin

- Laki – laki
- Perempuan

4. Nama Perguruan Tinggi

5. Kota Berkuliah

- Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi

6. Dalam sebulan terakhir, berapa kali Anda melakukan pembelian Mixue?





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Belum pernah membeli

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- 4 kali
- 5 kali

7. Nomor Telepon

[Untuk keperluan pengundian insentif, silakan mengisi nomor telepon Anda untuk akun e-wallet (GOPAY, OVO, ShopeePay, dan lain-lain).]

Daftar Pertanyaan

1) Lokasi (*Attitude to Location*)

Setelah membuka Instagram [@mixue_doremi](#), pendapat Anda terhadap informasi lokasi *grand opening* Mixue adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

- 1. Buruk Baik
- 2. Sangat Tidak Menyukai Sangat Menyukai
- 3. Negatif Positif

2) Harga (*Attitude toward Price*)

Setelah membuka Instagram [@mixue_doremi](#), pendapat Anda terhadap informasi harga yang ditawarkan Mixue adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

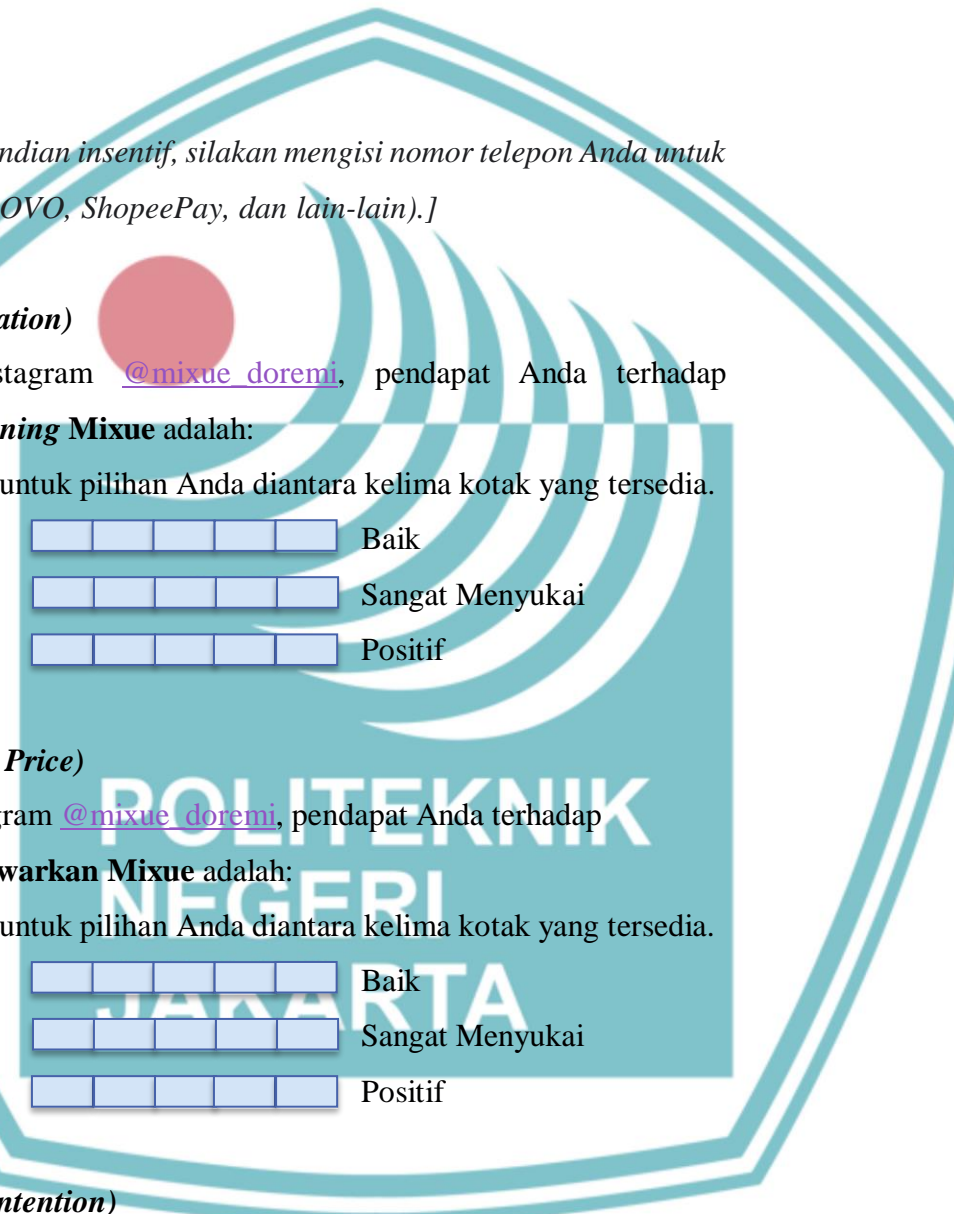
- 1. Buruk Baik
- 2. Sangat Tidak Menyukai Sangat Menyukai
- 3. Negatif Positif

3) Minat Beli (*Purchase Intention*)

Setelah membuka Instagram [@mixue_doremi](#), keinginan minat Anda untuk membeli Mixue di Mall Doremi adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

- 1. Sangat Tidak Berminat Sangat Berminat





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4) Pembelian Ulang (*Repeat Purchase*)

Setelah membuka Instagram [@mixue_doremi](#), tindakan keputusan Anda untuk membeli ulang Mixue adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

1. Sangat Tidak Ingin Sangat Ingin Membeli Ulang

c. Konfirmasi

Anda telah mengisi survei marketing brand Mixue. Berdasarkan informasi yang diperoleh, mohon untuk menjawab pertanyaan berikut:

- 1) Di mana lokasi grand opening Mixue dilakukan?
 - Mall Donald
 - Mall Domino
 - Mall Domire
 - Mall Doremi
 - Mall Domini
- 2) Tanggal berapa *grand opening* Mixue dilakukan?
 - 10 Juni 2023
 - 11 Juni 2023
 - 20 Juni 2023
 - 21 Juni 2023
 - 25 Juni 2023

Lampiran 4: Kuesioner Penelitian Kelompok Eksperimen

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam Teman - Teman Mahasiswa/i.

Perkenalkan saya Michelle Maharani, mahasiswi Politeknik Negeri Jakarta jurusan Administrasi Niaga, program studi Administrasi Bisnis Terapan. Saat ini, saya sedang melakukan survei pemasaran produk Mixue.

Dalam survei ini terdapat beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Silakan membuka instagram [@mixue_jabodetabek](#) yang berisi informasi promo Mixue di aplikasi e-commerce;

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Selanjutnya, mohon untuk melihat iklan Mixue melalui link berikut ini: <https://www.instagram.com/p/CtY1 IPp WW/> dan memberi komentar sesuai instruksi dengan contoh: "*Boba Sundae!*"

Informasi identitas dan jawaban Anda dalam survei ini akan dijaga kerahasiaannya; dan

Survei diperkirakan memerlukan waktu sekitar 5 hingga 10 menit.

Apabila terdapat hal yang ingin ditanyakan, silakan hubungi saya melalui:

WhatsApp: (wa.me/+6285888768941)

Atas waktu dan perhatian Anda, saya ucapkan terima kasih.

Salam,

Michelle Maharani

Data Partisipan

1. Nama Lengkap

2. Usia

- 18 – 19 tahun
- 20 – 21 tahun
- 22 – 23 tahun
- 24 – 25 tahun

Jenis Kelamin

- Laki – laki
- Perempuan

4. Nama Perguruan Tinggi

5. Kota Berkuliah

- Jakarta
- Bogor
- Depok
- Tangerang
- Bekasi

6. Dalam sebulan terakhir, berapa kali Anda melakukan pembelian Mixue?

- Belum pernah membeli





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- 4 kali
- 5 kali

7. Nomor Telepon

[Untuk keperluan pengundian insentif, silakan mengisi nomor telepon Anda untuk akun e-wallet (GOPAY, OVO, ShopeePay, dan lain-lain).]

b. Daftar Pertanyaan

1) Lokasi (*Attitude to Location*)

Setelah melihat instagram [@mixue_jabodetabek](#), pendapat Anda terhadap informasi lokasi Mixue di aplikasi *e-commerce* adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1. Buruk | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Baik |
| 2. Sangat Tidak Menyukai | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sangat Menyukai |
| 3. Negatif | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Positif |

2) Harga (*Attitude toward Price*)

Setelah melihat instagram [@mixue_jabodetabek](#), pendapat Anda terhadap informasi promo harga coret yang ditawarkan Mixue adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1. Buruk | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Baik |
| 2. Sangat Tidak Menyukai | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sangat Menyukai |
| 3. Negatif | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Positif |

3) Minat Beli (*Purchase Intention*)

Setelah melihat Instagram [@mixue_jabodetabek](#), keinginan Anda untuk **membeli Mixue secara online** adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

- | | | | | | | |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| 1. Sangat Tidak Berminat | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sangat Berminat |
| Membeli | | | | | | Membeli |



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

4) Pembelian Ulang (*Repeat Purchase*)

Setelah melihat Instagram [@mixue_jabodetabek](https://www.instagram.com/mixue_jabodetabek), tindakan keputusan Anda untuk membeli ulang Mixue secara online adalah:

Berikan check point (v) untuk pilihan Anda diantara kelima kotak yang tersedia.

1. Sangat Tidak Ingin Membeli Ulang Sangat Ingin Membeli Ulang

c. Konfirmasi

Anda telah mengisi survei marketing brand Mixue. Berdasarkan informasi yang diperoleh, mohon untuk menjawab pertanyaan berikut:

1) Di mana aplikasi e-commerce promo diskon yang ditawarkan Mixue?

- GrabFood
- GoFood
- ShopeeFood
- TravelokaEats

2) Tanggal berapa periode diskon yang ditawarkan Mixue?

- 1 – 31 Juni 2023
- 14 - 21 Juni 2023
- 14 – 21 Juli 2023
- 20 - 30 Juni 2023
- 20 – 30 Juli 2023

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

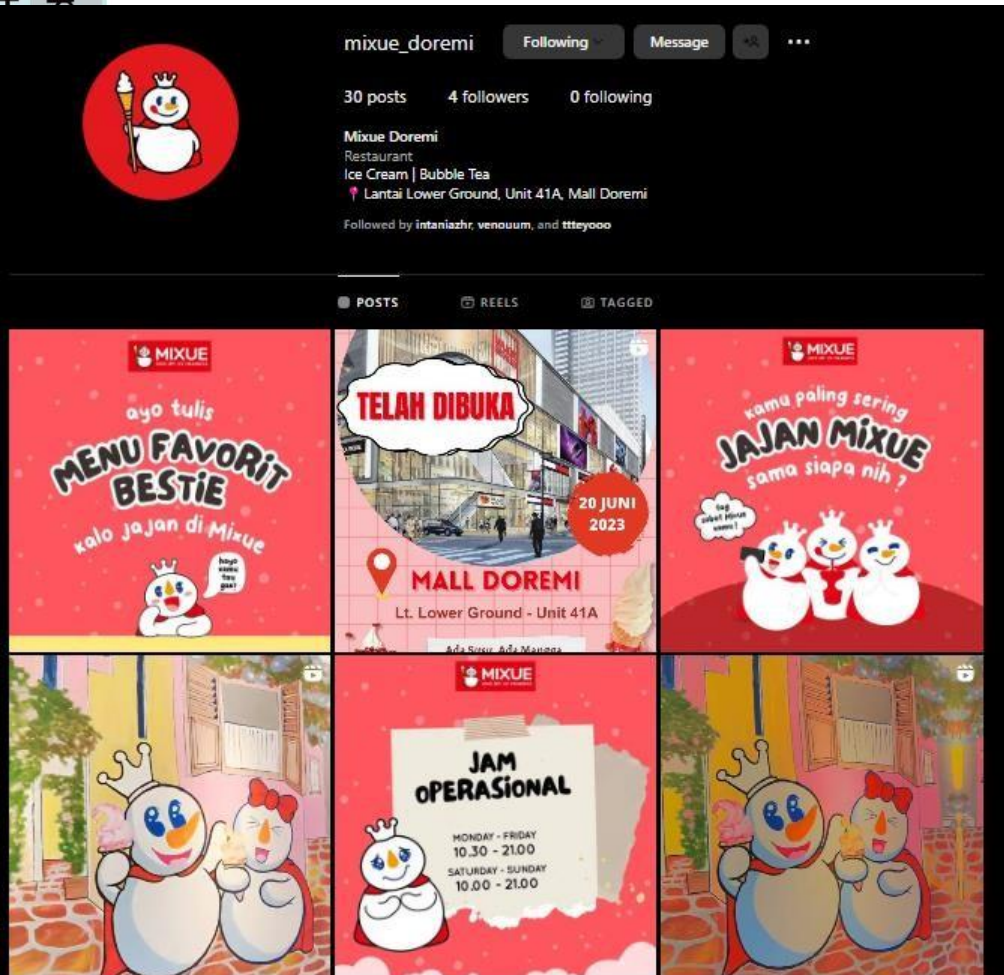




© Hak Cipta

Lampiran 5: Iklan Penelitian untuk Kelompok Kontrol

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Fresh Ice Cream		Real Fruit Tea		Milk Tea		Original Tea	
Mixue Ice Cream	8K	Peach Earl Grey Tea	16K	Pearl Milk Tea	19K / 22K	Original Jasmine Tea	10K
BOBA-Shake	16K	Fresh-Squeezed Lemonade	10K	Oats Milk Tea	19K / 22K	Original Earl Grey Tea	10K
Mi-Sundae	16K	Passion Fruit Jasmine Tea	20K	Coconut Jelly Milk Tea	19K / 22K		
Strawberry Mi-Shake	16K	Lemon Jasmine Tea	12K	Red Bean Milk Tea	19K / 22K		
Chocolate Cookies Smoothies	16K	Mango Oats Jasmine Tea	16K	Milk Tea with 2 Toppings	19K / 22K		
Smoothies with Ice Cream	16K	Jasmine Tea with 2 Toppings	13K				
Smoothies	16K	Earl Grey Tea with 2 Toppings	13K				
Lucky Sundae	16K						
Ice Cream Tea	13K						

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





TELAH DIBUKA

20 JUNI 2023

DOREMI MALL

Lt. Lower Ground - Unit 41A

Ada Susu, Ada Mangga
Ada Mixue, Ayo Singgah

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



© H2

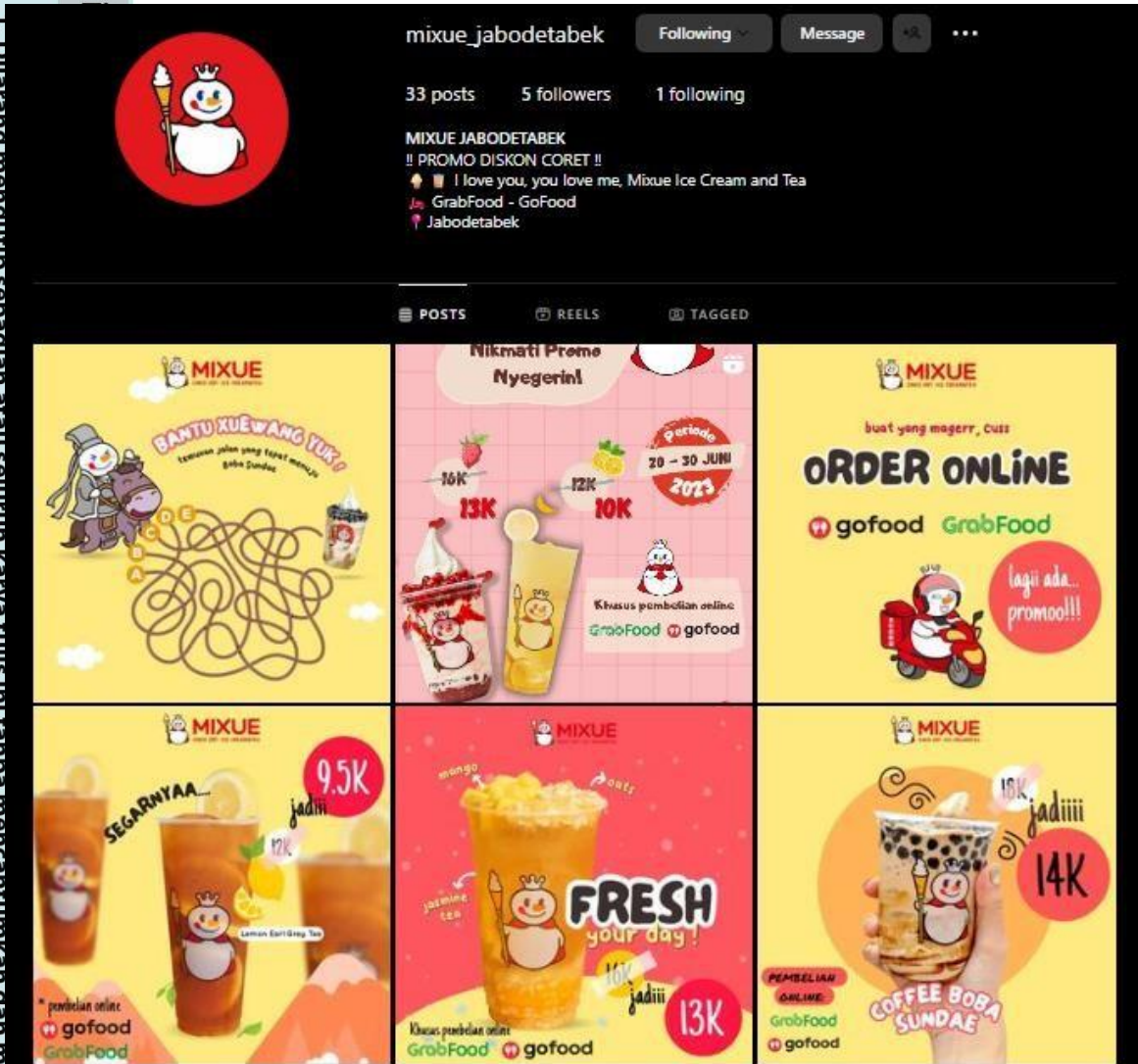


ta

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

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

Lampiran 6: Iklan Penelitian untuk Kelompok Eksperimen



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



© H

BOBA Sundae 16K 13K	Hawaiian Fruit Tea 22K 17K	Lemon Earl Grey Tea 16K 95K	Brown Sugar Pearl Milk Tea 19K 15K
Mocha Mi-shake 16K 13K	Creamy Mango Boba 22K 17K	Americano Coffee 16K 95K	Supreme Mixed Milk Tea 22K 17K

Fresh Ice Cream	Real Fruit Tea	Milk Tea	ICE LEVEL
Mixue Ice Cream 8K	Peach Earl Grey Tea 16K	Pearl Milk Tea 15K	Less Normal
BOBA-Shake 16K	Fresh-Squeezed Lemonade 10K	Oats Milk Tea 8K	SUGAR LEVEL
Mi-Sundae 16K	Passion Fruit Jasmine Tea 20K	Coconut Jelly Milk Tea 19K	Less Normal
Strawberry Mi-Shake 16K	Lemon Jasmine Tea 12K	Red Bean Milk Tea 17K	SUGAR LEVEL
Chocolate Cookies Smoothies 16K	Fresh Lemon Slice + Jasmine Tea 16K	Milk Tea with 2 Toppings 19K	Less Normal
Surprise Smoothies with Ice Cream 16K	Mango Oats Jasmine Tea 16K	Milk Tea with 2 Toppings 19K	CUP TYPE
Cookie Smoothies 16K	Jasmine Tea with 2 Toppings 13K	Original Jasmine Tea 10K	Less Normal
Lucky Sundae 16K	Earl Grey Tea with 2 Toppings 13K	Original Earl Grey Tea 10K	Less Normal
Ice Cream Tea 13K			

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

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



MIXUE
SINCE 1987 - ICE CREAMTEA

Nikmati Promo Nyegerin!

Periode 20 - 30 JUNI 2023

~~16K~~ **13K** (Raspberry product)

~~12K~~ **10K** (Lemon product)

Khusus pembelian online
GrabFood  **gofood**

*seluruh gerai Mixue se-
JABODETABEK 



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



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7: Data Partisipasi Kelompok Kontrol

No	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	4	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	4	4
5	4	4	5	4	4	4	3	3
6	4	4	4	4	4	4	5	5
7	5	4	5	5	5	5	4	5
8	5	5	5	5	5	5	4	5
9	5	5	5	4	4	5	5	5
10	5	5	5	5	5	5	4	4
11	4	4	4	4	4	5	4	4
12	3	4	5	4	5	5	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5	4
14	4	4	5	4	5	5	4	4
15	3	2	3	1	1	2	2	3
16	3	4	3	4	4	4	2	2
17	4	3	4	3	4	3	2	3
18	4	5	4	3	4	5	4	5
19	3	4	5	4	4	4	3	4
20	4	4	4	4	4	4	4	5
21	5	5	5	5	5	5	4	4
22	4	5	5	3	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	3	3
24	3	3	3	4	4	4	4	4
25	3	4	4	3	3	3	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5
27	3	5	3	3	3	3	3	3
28	3	4	2	3	3	3	2	2
29	3	3	4	4	5	5	2	5
30	4	4	4	4	4	4	3	4
31	4	3	5	4	3	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	4
33	2	2	4	2	2	2	2	2
34	4	5	4	5	4	4	5	4
35	5	4	4	5	5	4	5	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	3	3	3	3	3	3	3	3

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



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

16	5	5	5	5	5	5	4	5
17	5	4	3	4	4	5	4	4
18	3	3	4	5	5	4	4	5
19	5	4	5	5	5	5	5	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4
21	2	5	5	3	5	2	4	5
22	4	5	4	2	2	2	4	3
23	5	5	5	5	5	5	4	4
24	4	4	4	5	4	4	4	4
25	3	3	3	4	4	4	5	4
26	4	4	5	5	5	5	4	4
27	3	1	3	3	1	2	1	3
28	4	4	4	4	4	4	4	5
29	3	3	3	4	4	4	4	3
30	4	3	3	2	4	4	3	3
31	4	4	4	4	5	4	3	4
32	3	3	3	2	3	2	3	4
33	5	5	5	5	5	5	3	3
34	5	5	5	4	5	5	4	4
35	4	5	4	4	5	4	5	4
36	5	5	5	5	5	5	5	5
37	5	5	5	4	4	4	5	5
38	4	4	4	4	4	4	3	3
39	4	4	3	3	4	3	3	4
40	4	4	4	5	4	4	4	4
41	5	5	5	5	5	5	4	4
42	5	4	4	4	5	3	5	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	5	5	5	4	4	4	5	5
45	3	4	4	4	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	5	5	5	5	5
48	4	4	4	5	4	4	4	5
50	4	4	5	4	4	3	3	4
51	4	5	4	4	4	5	5	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5
53	4	4	4	5	5	5	5	5
54	4	4	4	5	5	5	3	3
55	3	3	3	4	4	4	4	4
56	5	5	5	5	5	5	5	5
57	3	3	3	4	4	4	4	5

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

58	5	5	5	5	5	5	2	2
59	4	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	5	4	4	4	5	4
61	4	4	4	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	5	5	5
63	4	4	5	4	3	5	4	4
64	5	5	5	5	5	5	5	5
65	4	5	4	4	4	5	4	3
66	3	3	4	4	4	4	2	3
67	4	3	4	4	4	4	4	4
68	5	5	5	4	4	4	4	4
69	5	5	5	4	5	4	4	4
70	5	5	5	5	5	5	4	4
71	5	5	5	5	5	5	4	4
72	4	4	4	4	4	4	5	5
73	4	4	4	4	5	5	4	4
74	5	5	4	5	4	4	3	3
75	4	4	4	5	5	5	5	5
76	3	4	4	4	4	5	2	4
77	4	4	4	4	4	4	4	4
78	3	3	3	4	4	4	3	3
79	4	4	4	4	4	4	3	3
80	5	5	5	5	5	5	3	3
81	5	5	5	4	5	5	3	3
82	3	4	4	4	3	4	3	3
83	3	4	4	4	4	4	3	4
84	4	4	4	5	4	5	5	4
85	4	5	4	5	4	4	4	3
86	4	4	4	4	4	4	5	5
87	5	5	4	4	5	4	3	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5
89	5	5	5	5	5	5	5	5
90	4	4	4	4	3	3	4	4

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 9: Hasil Uji Validitas Kelompok Kontrol

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.841
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	364.780
	df	28
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Anti-image Covariance	P1	.299	-.141	-.158	-.024	-.024	.033	-.056	-.011
	P2	-.141	.374	.037	-.011	.041	-.089	-.089	.045
	P3	-.158	.037	.458	.038	-.023	-.026	-.063	-.003
	P4	-.024	-.011	.038	.236	-.084	-.044	-.039	.043
	P5	-.024	.041	-.023	-.084	.141	-.090	-.009	-.013
	P6	.033	-.089	-.026	-.044	-.090	.158	.059	-.061
	P7	-.056	-.089	-.063	-.039	-.009	.059	.294	-.195
	P8	-.011	.045	-.003	.043	-.013	-.061	-.195	.364
Anti-image Correlation	P1	.860 ^a	-.421	-.426	-.092	-.116	.151	-.189	-.033
	P2	-.421	.846 ^a	.088	-.037	.176	-.365	-.268	.121
	P3	-.426	.088	.893 ^a	.117	-.090	-.095	-.171	-.008
	P4	-.092	-.037	.117	.891 ^a	-.458	-.227	-.149	.148
	P5	-.116	.176	-.090	-.458	.827 ^a	-.602	-.043	-.057
	P6	.151	-.365	-.095	-.227	-.602	.798 ^a	.272	-.257
	P7	-.189	-.268	-.171	-.149	-.043	.272	.803 ^a	-.596
	P8	-.033	.121	-.008	.148	-.057	-.257	-.596	.830 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
P1	1.000	.777
P2	1.000	.636
P3	1.000	.646
P4	1.000	.870
P5	1.000	.918
P6	1.000	.911
P7	1.000	.814
P8	1.000	.649

Extraction Method: Principal Component Analysis.



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

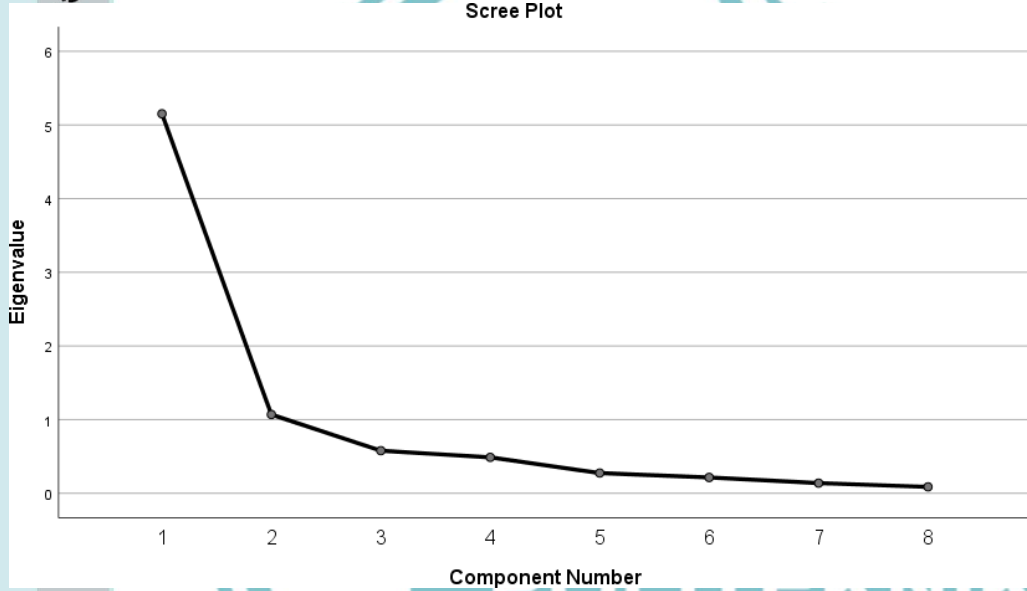


Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5.152	64.399	64.399	5.152	64.399	64.399	3.287	41.082	41.082
2	1.069	13.358	77.757	1.069	13.358	77.757	2.934	36.675	77.757
3	.578	7.230	84.987						
4	.487	6.091	91.078						
5	.274	3.429	94.507						
6	.215	2.684	97.190						
7	.138	1.727	98.917						
8	.087	1.083	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Scree Plot



Lampiran 10: Hasil Uji Validitas Kelompok Eksperimen

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.767
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	392.940
	df	28
	Sig.	.000

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



Anti-image Matrices

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
Anti-image Covariance	P1	.398	-.122	-.122	.001	.031	-.071	-.053	.048
	P2	-.122	.318	-.165	.060	-.097	-.007	-.096	.090
	P3	-.122	-.165	.341	-.077	.008	.033	.095	-.113
	P4	.001	.060	-.077	.334	-.107	-.185	-.009	-.055
	P5	.031	-.097	.008	-.107	.412	-.112	-.014	-.048
	P6	-.071	-.007	.033	-.185	-.112	.346	-.031	.059
	P7	-.053	-.096	.095	-.009	-.014	-.031	.468	-.303
	P8	.048	.090	-.113	-.055	-.048	.059	-.303	.483
Anti-image Correlation	P1	.850 ^a	-.342	-.330	.003	.077	-.190	-.122	.109
	P2	-.342	.747 ^a	-.502	.183	-.267	-.021	-.247	.230
	P3	-.330	-.502	.758 ^a	-.229	.022	.097	.238	-.279
	P4	.003	.183	-.229	.788 ^a	-.288	-.546	-.023	-.137
	P5	.077	-.267	.022	-.288	.875 ^a	-.298	-.032	-.107
	P6	-.190	-.021	.097	-.546	-.298	.792 ^a	-.077	.145
	P7	-.122	-.247	.238	-.023	-.032	-.077	.674 ^a	-.637
	P8	.109	.230	-.279	-.137	-.107	.145	-.637	.579 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
P1	1.000	.792
P2	1.000	.842
P3	1.000	.790
P4	1.000	.836
P5	1.000	.747
P6	1.000	.847
P7	1.000	.804
P8	1.000	.858

Extraction Method: Principal Component Analysis.



Total Variance Explained

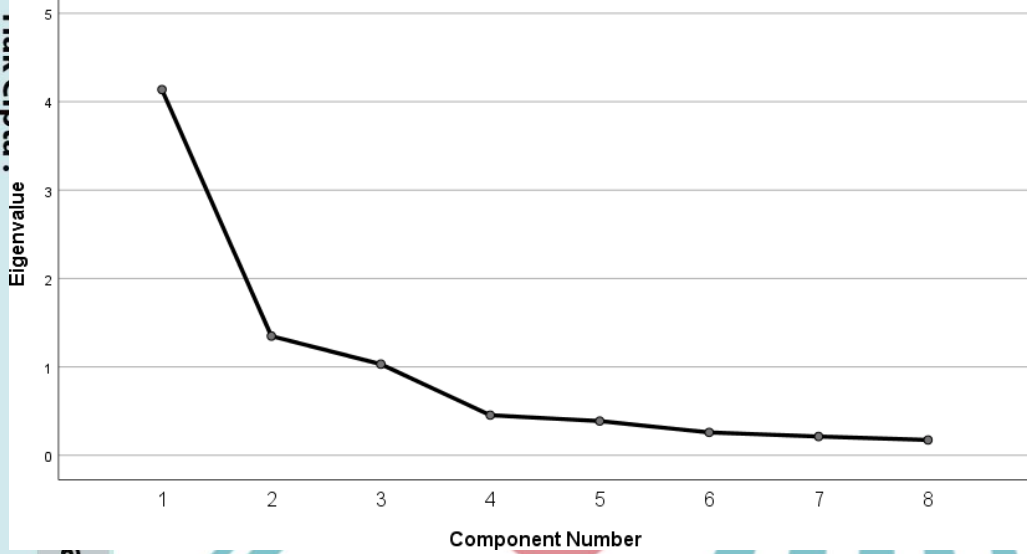
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4.137	51.716	51.716	4.137	51.716	51.716	2.455	30.684	30.684
2	1.348	16.856	68.572	1.348	16.856	68.572	2.361	29.515	60.199
3	1.031	12.885	81.456	1.031	12.885	81.456	1.701	21.257	81.456
4	.453	5.666	87.122						
5	.387	4.833	91.956						
6	.258	3.230	95.185						
7	.212	2.651	97.836						
8	.173	2.164	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

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



Scree Plot



Lampiran 11: Hasil Uji Realibilitas Kelompok Kontrol

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	58	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	58	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

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



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	28.482759	27.587	.761	.907
P2	28.379310	28.169	.720	.911
P3	28.189655	29.490	.662	.915
P4	28.482759	26.991	.755	.908
P5	28.413793	26.282	.804	.903
P6	28.413793	26.703	.774	.906
P7	28.637931	26.867	.704	.912
P8	28.500000	27.728	.697	.912

```

COMPUTE ATTITUDE_LOCATION=(P1 + P2 + P3) / 3.
EXECUTE.
COMPUTE ATTITUDE_PRICE=(P4 + P5 + P6) / 3.
EXECUTE.
COMPUTE PURCHASE_INTENTION=P7.
EXECUTE.
COMPUTE REPEAT_PURCHASE=P8.
EXECUTE.
RELIABILITY
/VARIABLES=ATTITUDE_LOCATION ATTITUDE_PRICE PURCHASE_INTENTION
REPEAT_PURCHASE
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.

```

Lampiran 12: Hasil Uji Realibilitas Kelompok Eksperimen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	89	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	89	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	8

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	29.303371	15.577	.620	.840
P2	29.235955	15.478	.627	.840
P3	29.258427	15.762	.651	.838
P4	29.235955	15.205	.678	.834
P5	29.168539	15.164	.697	.832
P6	29.213483	15.306	.651	.837
P7	29.494382	15.276	.532	.853
P8	29.471910	16.502	.419	.863

```

COMPUTE ATTITUDE_LOCATION=(P1 + P2 + P3) / 3.
EXECUTE.
COMPUTE ATTITUDE_PRICE=(P4 + P5 + P6) / 3.
EXECUTE.
COMPUTE PURCHASE_INTENTION=P7.
EXECUTE.
COMPUTE REPEAT_PURCHASE=P8.
EXECUTE.
RELIABILITY
/VARIABLES=ATTITUDE_LOCATION ATTITUDE_PRICE PURCHASE_INTENTION
REPEAT_PURCHASE
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
  
```

Lampiran 13: Hasil Uji Normalitas Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen

Tests of Normality

group	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.	
attitude location	kelompok kontrol	.111	30	.200*	.960	30	.305
	kelompok eksperimen	.152	30	.075	.965	30	.410
attitude price	kelompok kontrol	.120	30	.200*	.971	30	.562
	kelompok eksperimen	.107	30	.200*	.978	30	.756
purchase intention	kelompok kontrol	.112	30	.200*	.964	30	.399
	kelompok eksperimen	.144	30	.114	.935	30	.067
repeat purchase	kelompok kontrol	.140	30	.136	.951	30	.178
	kelompok eksperimen	.133	30	.182	.963	30	.363

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

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

Lampiran 4: Hasil Uji Homogenitas Kelompok Kontrol & Kelompok Eksperimen

		Descriptives		Statistic	Std. Error
attitude_location	kelompok kontrol	Mean		4.149425	.0956724
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.957845	
			Upper Bound	4.341006	
		5% Trimmed Mean		4.184547	
		Median		4.166667	
		Variance		.531	
		Std. Deviation		.7286197	
		Minimum		2.6667	
		Maximum		5.0000	
		Range		2.3333	
		Interquartile Range		1.3333	
		Skewness		-.528	.314
		Kurtosis		-.660	.618
		kelompok eksperimen	Mean		4.219697
95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound		4.076875		
	Upper Bound		4.362519		
5% Trimmed Mean			4.252525		
Median			4.000000		
Variance			.454		
Std. Deviation			.6740707		
Minimum			2.3333		

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau bagian dari karya tersebut, baik tertulis maupun lisan, tanpa izin Politeknik Negeri Semarang.
 2. Dilarang mengutip, mendistribusikan, atau menyalin karya ini tanpa izin Politeknik Negeri Semarang.

an kritik atau tinjauan

Hak Cipta :
 1. Dilarang meng
 a. Pengutipan h
 b. Pengutipan
 2. Dilarang meng
 tanpa izin Poli

ipta milik Poli

		Maximum	5.0000	
		Range	2.6667	
		Interquartile Range	1.0000	
		Skewness	-.450	.257
		Kurtosis	-.484	.508
attitude_price	kelompok kontrol	Mean	4.063218	.1222828
		95% Confidence Interval for	Lower Bound	3.818351
		Mean	Upper Bound	4.308085
		5% Trimmed Mean	4.157727	
		Median	4.000000	
		Variance	.867	
		Std. Deviation	.9312778	
		Minimum	1.0000	
	Maximum	5.0000		
	Range	4.0000		
	Interquartile Range	1.3333		
	Skewness	-1.282	.314	
	Kurtosis	1.821	.618	
	kelompok eksperimen	Mean	4.287879	.0733149
		95% Confidence Interval for	Lower Bound	4.142158
		Mean	Upper Bound	4.433600
5% Trimmed Mean		4.357744		
Median		4.333333		
Variance		.473		
Std. Deviation		.6877543		

kritik atau tinjauan

Hak Cipta :
 1. Dilarang meng
 a. Pengutipan h
 b. Pengutipan
 2. Dilarang meng
 tanpa izin Poli

		Minimum	2.0000	
		Maximum	5.0000	
		Range	3.0000	
		Interquartile Range	1.0000	
		Skewness	-1.155	.257
		Kurtosis	1.879	.508
purchase_intention	kelompok kontrol	Mean	3.862069	.1357203
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.590294
			Upper Bound	4.133844
		5% Trimmed Mean	3.902299	
		Median	4.000000	
		Variance	1.068	
		Std. Deviation	1.0336153	
		Minimum	2.0000	
	Maximum	5.0000		
	kelompok eksperimen	Mean	3.988636	.0976398
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3.794567
			Upper Bound	4.182706
		5% Trimmed Mean	4.055556	
		Median	4.000000	
		Variance	.839	
		Skewness	-.603	.314
Kurtosis		-.726	.618	
Interquartile Range	2.0000			
Range	3.0000			

kritik atau tinjauan

Hak Cipta :
 1. Dilarang meng
 a. Pengutipan h
 b. Pengutipan
 2. Dilarang meng
 tanpa izin Poli

		Std. Deviation	.9159421	
		Minimum	1.0000	
		Maximum	5.0000	
		Range	4.0000	
		Interquartile Range	2.0000	
		Skewness	-.712	.257
		Kurtosis	.233	.508
repeat_purchase	kelompok kontrol	Mean	4.000000	.1229797
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound 3.753737	
			Upper Bound 4.246263	
		5% Trimmed Mean	4.055556	
		Median	4.000000	
		Variance	.877	
		Std. Deviation	.9365858	
		Minimum	2.0000	
		Maximum	5.0000	
		Range	3.0000	
		Interquartile Range	2.0000	
		Skewness	-.664	.314
		Kurtosis	-.378	.618
	kelompok eksperimen	Mean	4.011364	.0862766
		95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound 3.839879	
			Upper Bound 4.182848	
		5% Trimmed Mean	4.050505	

er :
 isan kritik atau tinjauan



Median	4.000000	
Variance	.655	
Std. Deviation	.8093465	
Minimum	2.0000	
Maximum	5.0000	
Range	3.0000	
Interquartile Range	1.7500	
Skewness	-.420	.257
Kurtosis	-.414	.508

Hak Cipta milik Pol

- Hak Cipta :**
- 1. Dilarang meng
 - a. Pengutipan h
 - b. Pengutipan
- 2. Dilarang meng
 - tanpa izin Poli

tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan
 ng wajar Politeknik Negeri Jakarta
 bagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun



Test of Homogeneity of Variance

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
attitude_location	Based on Mean	.410	1	144	.523
	Based on Median	.506	1	144	.478
	Based on Median and with adjusted df	.506	1	142.851	.478
	Based on trimmed mean	.381	1	144	.538
attitude_price	Based on Mean	3.390	1	144	.068
	Based on Median	3.284	1	144	.072
	Based on Median and with adjusted df	3.284	1	128.461	.072
	Based on trimmed mean	3.581	1	144	.060
purchase_intention	Based on Mean	1.792	1	144	.183
	Based on Median	.631	1	144	.428
	Based on Median and with adjusted df	.631	1	141.476	.429
	Based on trimmed mean	1.090	1	144	.298
repeat_purchase	Based on Mean	1.134	1	144	.289
	Based on Median	1.224	1	144	.270
	Based on Median and with adjusted df	1.224	1	142.283	.270
	Based on trimmed mean	1.229	1	144	.269

Hak Cipta :

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Group Statistics

group	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
attitude_location	kelompok kontrol	4.180000	.6907553	.0976875
	kelompok eksperimen	4.320000	.6833292	.0966373
attitude_price	kelompok kontrol	4.000000	.9897433	.1399708
	kelompok eksperimen	4.500000	.5439838	.0769309
purchase_intention	kelompok kontrol	3.860000	1.0103546	.1428857
	kelompok eksperimen	4.280000	.7570081	.1070571
repeat_purchase	kelompok kontrol	3.980000	.9365591	.1324495
	kelompok eksperimen	4.160000	.7384485	.1044324

Independent Sample T Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
attitude_location	Equal variances assumed	.318	.574	-1.019	98	.311	-.1400000	.1374105	-.4126866	.1326866
	Equal variances not assumed			-1.019	97.989	.311	-.1400000	.1374105	-.4126870	.1326870
attitude_price	Equal variances assumed	2.425	.123	-3.130	98	.002	-.5000000	.1597191	-.8169574	-.1830426
	Equal variances not assumed			-3.130	76.129	.002	-.5000000	.1597191	-.8180996	-.1819004
purchase_intention	Equal variances assumed	1.786	.184	-2.352	98	.021	-.4200000	.1785429	-.7743125	-.0656875
	Equal variances not assumed			-2.352	90.832	.021	-.4200000	.1785429	-.7746623	-.0653377
repeat_purchase	Equal variances assumed	1.008	.318	-1.067	98	.289	-.1800000	.1686683	-.5147167	.1547167
	Equal variances not assumed			-1.067	92.942	.289	-.1800000	.1686683	-.5149445	.1549445



Lampiran 16: Curriculum Vitae

Hak Cipta :

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

MICHELLE MAHARANI KRISDHARMANTO

6285886641187 | maharani.michelle123@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/michelle-maharani-ki/>
Bogor, West Java

Work Experiences

Orami by SIRCLO Group	Jun 2022-Mar 2023
<i>Sales Executive Intern</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Achieved the target of the company's revenue of 96.5+ million by dealing with 20+ enterprises and SMEs. • Pitched and negotiating with 100+ potential clients by approaching the clients through email marketing and meeting. • Analyzed competitors' strengths and weaknesses, and create business strategies to improve the company's product • Promoted the company's product and influencer marketing service to potential brands, both enterprises and SMEs. 	
PT Akulaku Silvr Indonesia	Mar 2022 - Jun 2022
<i>Business Development Intern</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Successfully acquire 30+ new merchants for the Digital category by identifying and pitching 100+ potential merchants • Maintained strong relationships with acquired merchants, including developing the onboarding and incubation process • Handled documents for agreement signing purposes with external partners and tracking reports of partnership activities 	
Aido Health	Jun 2021 - Sep 2021
<i>Partner Engagement Intern</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Increased onboarding efficiency by initiating email onboarding to change the manual onboarding process through MailChimp • Developed and implementation of partnership engagement strategies and activities • Assisted the preparation and delivery of training and marketing materials 	
Chick-In	Mar 2021 - Jun 2021
<i>Strategic Partnership Intern</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Built and maintained relationships with 7 partners and 5 clients by researching and identifying partnership opportunities • Acquired, managed, and grew the partnership with partners and clients 	
Taste Cloud	Mar 2021 - Jun 2021
<i>Growth & Partnership Intern</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Built and maintained long-lasting relationships with 80+ influencers and 5+ radio stations to increase brand awareness • Increased business strategies by analyzing market, demand, and competitor landscape 	

Education Level

State Polytechnic of Jakarta Jul 2019 - August 2023 (Expected)
Business Administration

Organisational Experience

Business Festival	Aug 2021 - Feb 2022
<i>Project Officer</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Led 36 people divided into seven divisions: Marketing & Sponsorship, Event, Secretary, Treasurer, Operator, Visual Communication, and Public Relations. • Successfully raised 22,700,000 million and established partnerships with 20 tenants, 30+ media partners, and 20 influencers. • Created two webinar series with 300+ participants, built transaction flow for 20 tenants, and executed products to sell. • Reported directly to three lecturers regarding sales' progress for each tenant. 	
Go-Elderly	Oct 2020 - Dec 2020
<i>Partnership</i>	
<ul style="list-style-type: none"> • Gained 1 million rupiahs of funding and success to partner up with 6 online shops for donation to Bina Bhakti Foundation, South Tangerang. • Established partnerships with 10+ national media partners 	