

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis	11
1.5 Tinjauan Pustaka	11
1.5.1 Tinjauan Teoritis.....	12
1.5.2 Tinjauan Empiris.....	22
1.6 Kerangka Pemikiran	32
1.7 Hipotesis.....	32
1.7.1 Model Hipotesis	33
1.7.2 Uraian Hipotesis	33
1.8 Definisi Konsep dan Operasional.....	34
1.8.1 Definisi Konsep.....	34

1.8.2	Definis Operasional.....	36
1.9	Metode Penelitian.....	38
1.9.1	Jenis Penelitian	38
1.9.2	Ruang Lingkup Penelitian	39
1.9.3	Alasan Pemelihan Lokasi Penelitian.....	39
1.9.4	Sumber dan Instrumen Pengumpulan Data	40
1.9.5	Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1.9.6	Teknik Pengukuran Data	42
1.9.7	Teknik Analisis Data	42
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....		47
2.1	Sejarah Singkat Gerai Eskrim Mixue.....	Error! Bookmark not defined.
2.2	Jenis Usaha Gerai Eskrim Mixue	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
3.1	Uji Instrumen Dan Data Penelitian	50
3.1.1	Uji Validitas	50
3.1.2	Uji Reliabilitas	52
3.2	Karakteristik Responden	52
3.3.1	Karakteristik Berdasarkan Usia	53
3.3.2	Karakteristik Berdasarkan Domisili.....	54
3.3.3	Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Eskrim	

Mixue	56
3.3 Analisis Data	56
3.3.1 Analisis Deskriptif	56
3.3.2 Analisis Faktor	75
3.4 Pembahasan	82
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	86
4.1 Kesimpulan	86
4.2 Saran	88
DAFTAR_PUSTAKA	90
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 1.2 Definisi operasional	36
Tabel 1.3 Skala Likert	42
Tabel 1.4 Ukuran KMO	43
Tabel 3.1 KMO and Bartlett's Test.....	50
Tabel 3.2 Anti Image Correlation	51
Tabel 3.3 Uji Reliabilitas	52
Tabel 3.4 Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 3.5 Tabel Responden Berdasarkan Domisili.....	54
Tabel 3.6 Tabel responden Berdasarkan Pengalaman Pembelian Produk Eskrim Mixue	56
Tabel 3.7 Produk eskrim Mixue memiliki banyak varian rasa	57
Tabel 3.8 produk eskrim Mixue sesuai dengan harapan saya.....	58
Tabel 3.9 produk eskrim Mixue memiliki tampilan yang menarik.....	59
Tabel 3.10 Kemasan produk eskrim Mixue memiliki kualitas yang baik.....	60
Tabel 3.11 Saya membeli produk eskrim Mixue karena harga yang terjangkau..	61
Tabel 3.12 Saya membeli produk eskrim Mixue karena harga dan kualitas yang didapat sesuai	62
Tabel 3.13 Harga produk eskrim Mixue sesuai dengan manfaat yang saya dapat	63
Tabel 3.14 Harga produk eskrim Mixue dapat bersaing dengan merk lain	64
Tabel 3.15 Iklan dari produk eskrim Mixue membuat saya tertarik untuk membeli	65
Tabel 3.16 Mixue memberikan promo (diskon, kupon, dan events) yang menarik	66

Tabel 3.17 Maskot dari Mixue menambah daya tarik untuk produk eskrim Mixue	67
Tabel 3.18 Mixue memiliki gerai yang banyak dan mudah dijumpai.....	68
Tabel 3.19 Produk eskrim Mixue selalu tersedia di setiap gerai.....	69
Tabel 3.20 Saya membeli eskrim Mixue karena pengaruh dari keluarga	70
Tabel 3.21 Saya membeli produk eskrim Mixue setelah saya mendapat informasi mengenai produk eskrim Mixue dari media sosial maupun iklan dari Mixue.....	71
Tabel 3.22 Saya membeli eskrim Mixue setelah mendapat informasi dari keluarga atau teman	72
Tabel 3.23 Saya membeli produk eskrim Mixue untuk memenuhi kebutuhan status sosial saya.	73
Tabel 3.24 Saya membeli produk eskrim Mixue karena sesuai dengan budaya dan kebiasaan saya.	74
Tabel 3.25 KMO and Bartlett's Test.....	75
Tabel 3.26 Measure Sampling Adequacy (MSA)	76
Tabel 3.27 Penentuan Banyaknya Faktor.....	77
Tabel 3.28 Rotated Component Matrix.....	78
Tabel 3.29 Component Transformation Matrix	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Gerai Food and Beverage Terbanyak di Dunia ... **Error!**

Bookmark not defined.

Gambar 1.2 Mixue ruko DTA Square Seturan 3

Gambar 1.3 Mixue ruko YKPN Seturan 3

Gambar 1.4 Model Perilaku Konsumen..... 12

Gambar 1.5 Kerangka pemikiran 32

Gambar 1.6 Model hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2.1 Logo Mixue 47