

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*, KUALITAS PRODUK DAN *PRICE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ICE CREAM MIXUE*
DI PALEMBANG
(STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS
INDO GLOBAL MANDIRI ANGKATAN 2021-2023)**

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Indo Global Mandiri**



Disusun Oleh:

**WINA PUTRI MARETHA
NPM. 2021510137**

**KEMENTRIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI
FAKULTAS EKONOMI
2025**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, KUALITAS PRODUK DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE DI PALEMBANG (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI ANGKATAN 2021-2023)

Nama : Wina Putri Maretha
NPM : 2021510137
Program Studi : Manajemen
Pembimbing I : Dr. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP
Pembimbing II : Yeni, SE.,M.Si
Tanggal Ujian Skripsi : 12 Februari 2025

Palembang, 19 Februari 2025


Disetujui Oleh,

Pembimbing I,



Dr. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP
NIDN. 0204128602

Pembimbing II,



Yeni, SE.,M.Si
NIDN. 0204017801

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Skripsi ini di ajukan oleh :

Judul Skripsi : PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, KUALITAS PRODUK DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE DI PALEMBANG (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI ANGKATAN 2021 - 2023)

Nama : Wina Putri Maretha
NPM : 2021510137
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di hadapan Dosen Penguji Ujian Skripsi & Komprehensif dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri.

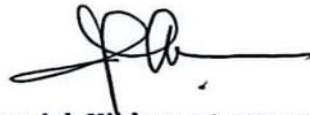
Penguji Ujian Skripsi dan Komprehensif,

Ketua Penguji :



Dr. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP
NIDN. 0204128602

Penguji I :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN. 0201077302

Penguji II :



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA
NIDN. 0213109401

Disahkan Oleh,

Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

Dekan Fakultas Ekonomi



Budi Setiawan, SE.,MM.,Ph.D
NIDN. 0208048701

LEMBAR REVISI

Nama : Wina Putri Maretha
NPM : 2021510137
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : PENGARUH CUSTOMER EXPERIENCE, KUALITAS PRODUK DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ICE CREAM MIXUE DI PALEMBANG (STUDI KASUS MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI ANGAKATAN 2021 - 2023)

Ketua Penguji :



Dr. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM.,CFP
NIDN : 0204128602

Penguji I :



Dr. Siti Komariah Hildayanti, MM.,CIRR.,CLMA
NIDN : 0201077302

Penguji II :



Shafiera Lazuardi, SE.,M.Sc.,CFP.,AFA
NIDN : 0213109401

Palembang, 19 Februari 2025
Ketua Program Studi Manajemen



Mohammad Kurniawan DP, SE., M. Si
NIDN. 0202067802

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wina Putri Maretha
NPM : 2021510137
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya dengan pengarahan dari para pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di Universitas Indo Global Mandiri maupun di perguruan tinggi lain.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidakbenaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah.

Palangkaraya, 10 Februari 2025



Wina Putri Maretha
NPM. 2021510137

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Customer Experience*, Kualitas Produk dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream Mixue Di Palembang. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri Angkatan 2021-2023). Dalam penyusunan skripsi, penulis telah mendapatkan bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. H. Marzuki Alie, S.E., M.M., Ph.D selaku Rektor Universitas Indo Global Mandiri Palembang
2. Budi Setiawan, S.E., M.M., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Mohammad Kurniawan DP, S.E., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Dr. Endah Dewi Purnamasari, SE., MM., CFP selaku dosen pembimbing kesatu. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Yeni, SE., M.Si selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih atas waktu yang telah diluangkan, perhatian, kesabaran, saran, dan kritik yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Indo Global Mandiri Palembang atas segala ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama ini kepada penulis.
7. Seluruh staf administrasi, staf perpustakaan, dan staf keamanan Universitas Indo Global Mandiri atas segala bantuannya selama ini.
8. Orang tua, Ayah dan Ibunda ku tercinta, terima kasih atas segala kasih sayang, dukungan, dan doa di setiap keringat yang tak terhingga hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan dan meraih cita-cita.
9. Teman-teman Manajemen Angkatan 2021 atas segala kebersamaan dan dukungan baik moril maupun materil kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman, oleh karena itu saran dan kritik sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan membutuhkan.

Palembang, 17 Februari 2025



Wina Putri Maretha
NPM. 2021510137

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Experience*, Kualitas Produk, dan *Price* (Harga) terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Mixue* di Palembang, dengan fokus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Indo Global Mandiri. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan populasi penelitian adalah mahasiswa fakultas tersebut khususnya Prodi Manajemen. Sampel penelitian berjumlah 202 responden, yang dipilih menggunakan teknik *probability sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan langsung kepada responden. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25. Pengujian data meliputi uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Customer Experience*, Kualitas Produk, dan *Price* (Harga) masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian *Ice Cream Mixue*. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pelanggan yang baik, kualitas produk yang unggul, dan harga yang kompetitif menjadi faktor penting dalam mendorong keputusan pembelian konsumen. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi manajemen Mixue untuk meningkatkan daya saing melalui optimalisasi pengalaman pelanggan, kualitas produk, dan strategi harga yang lebih baik.

Kata Kunci: *Customer Experience*, Kualitas Produk, *Price*, Keputusan Pembelian, *Ice Cream Mixue*.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Customer Experience, Product Quality, and Price on the Purchase Decision of Mixue Ice Cream in Palembang, focusing on students of the Faculty of Economics, Universitas Indo Global Mandiri. The research method used is quantitative, with the population of the study being students of the faculty, especially the Management Study Program. The research sample consisted of 202 respondents, selected using probability sampling techniques. Data were collected through questionnaires distributed directly to respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression methods using SPSS version 25 software. Data testing includes validity, reliability, and classical assumption tests such as normality, multicollinearity, and heteroscedasticity. The results of the study indicate that partially, the variables Customer Experience, Product Quality, and Price each have a positive and significant effect on the Purchase Decision. Simultaneously, the three variables also have a positive and significant effect on the Purchase Decision of Mixue Ice Cream. Thus, it can be concluded that good customer experience, superior product quality, and competitive prices are important factors in driving consumer purchasing decisions. These findings provide strategic insights for Mixue management to enhance competitiveness through optimizing customer experience, product quality, and better pricing strategies.

Keywords: Customer Experience, Product Quality, Price, Purchase Decision, Ice Cream Mixue.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR REVISI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Teori Manajemen Pemasaran	14
2.2 <i>Customer Experience</i>	15
2.2.1 Pengertian <i>Customer Experience</i>	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Experience</i>	17
2.2.3 Indikator <i>Customer Experience</i>	19
2.3 Kualitas Produk.....	21
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	21
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	22
2.3.3 Indikator Kualitas Produk	25
2.4 <i>Price</i> (Harga)	27
2.4.1 Pengertian <i>Price</i> (Harga).....	27
2.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Price</i> (Harga)	28
2.4.3 Indikator <i>Price</i> (Harga)	30
2.5 Keputusan Pembelian	31
2.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
2.5.3 Indikator Keputusan Pembelian	34
2.6 Penelitian Terdahulu	36
2.7 Kerangka Pemikiran	41
2.8 Hipotesis	43
2.8.1 <i>Customer experience</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	43
2.8.2 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian	44
2.8.3 <i>Price</i> Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian.....	45
2.8.4 <i>Customer experience</i> , Kualitas Produk Dan <i>Price</i> Berpengaruh Terhadap	45
Keputusan Pembelian.....	45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	47
3.1.1 Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2 Sumber dan Jenis Data.....	48
3.3 Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.2 Sampel.....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5 Teknik Analisis Data.....	51
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	52
3.5.1.1 Uji Validitas	52
3.5.1.2 Uji Reliabilitas	52
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	53
3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.5.2.3 Uji Multikolinearitas	54
3.5.3 Analisis Regresi Linier Berganda	55
3.5.4 Uji Hipotesis	56
3.5.4.1 Uji Parsial (Uji t).....	56
3.5.4.2 Uji Simultan (Uji F)	57
3.5.4.3 Uji Koefisien Korelasi (Uji R) dan Determinasi (Uji R ²)	57
3.5.4.4 Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	58
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	62
4.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	63
4.1.1.1 Visi <i>Mixue</i>	63
4.1.1.2 Misi <i>Mixue</i>	63
4.1.2 Struktur Organisasi.....	64
4.2 Karakteristik Responden.....	65
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan	65
4.3 Analisis Deskriptif.....	66
4.3.1 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Customer experience</i> (X ₁)	66
4.3.2 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk (X ₂)	67
4.3.3 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang <i>Price</i> (X ₃).....	68
4.3.4 Deskripsi Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian (Y).....	69
4.4 Analisis Hasil Penelitian.....	70
4.4.1 Hasil Uji Kualiiitas Data	70
4.4.1.1 Uji Validitas	70
4.4.1.2 Uji Reliabilitas	73
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	73
4.4.2.1 Uji Normalitas.....	73
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas	76
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	77
4.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	78

4.4.4 Hasil Uji Hipotesis	80
4.4.4.1 Uji Parsial (Uji T).....	80
4.4.4.2 Uji Simultan (Uji F)	81
4.4.4.3 Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi	82
4.5 Pembahasan	83
4.5.1 Pengaruh <i>Customer experience</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	83
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	85
4.5.3 Pengaruh <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.5.4 Pengaruh <i>Customer experience</i> , Kualitas Produk dan <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN-LAMPIRAN	97
1. Kuesioner Penelitian	97
2. Hasil Tabulasi Data.....	104
3. Hasil Olah Data.....	110
4. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi.....	140
5. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	141
6. Surat Balasan Izin Penelitian dari Perusahaan.....	142
7. Kartu Bimbingan Skripsi	143

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Gerai <i>Mixue</i> di Wilayah Palembang	2
Tabel 1. 2 Daftar Harga <i>Ice Cream Mixue</i> , <i>Ice Crem Momoyo</i> dan <i>Ice cream Ai-Cha</i> ...	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3. 1 Populasi Penelitian	49
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	59
Tabel 3. 3 Skala Alternatif.....	60
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	65
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Variabel <i>Customer experience (X1)</i>	66
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Variabel Kualitas Produk (X2)	67
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Variabel Price (X3)	68
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas <i>Customer experience (X1)</i>	70
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	71
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Price (X3)	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas.....	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	77
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78
Tabel 4. 16 Hasil Uji Parsial (Uji T)	80
Tabel 4. 17 Hasil Uji Simultan (Uji F)	81
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi	64
Gambar 4. 2 Grafik Histogram Uji Normalitas	75
Gambar 4. 3 Grafik Normal P-P Plot Residual.....	75
Gambar 4. 4 Grafik Normal Scatterplot	78

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian.....	95
2. Hasil Tabulasi Data	102
3. Hasil Olah Data	108
4. Bukti Hadir Seminar Proposal Skripsi	136
5. Surat Izin Penelitian dari Fakultas	137
6. Surat Balasan Izin Penelitian dari Perusahaan	138
7. Kartu Bimbingan Skripsi.....	139