

ASPEK-ASPEK *POINTS-OF-DIFFERENCE* MIXUE YANG

MEMBENTUK PREFERENSI KONSUMEN MIXUE

Disusun oleh :

Nama : Anthony Christopher

Nim : 29190436

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran



INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Agustus 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



HALAMAN PENGESAHAN

ASPEK-ASPEK *POINTS-OF-DIFFERENCE* MIXUE YANG MEMBENTUK PREFERENSI KONSUMEN MIXUE

Diajukan oleh :

Nama : Anthony Christopher

Nim : 29190436

Jakarta 30 Agustus 2023

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing



Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

30 AGUSTUS 2023

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



ABSTRAK

Anthony Christopher/ 29190436/2023/ Aspek-Aspek Points of Difference Mixue Yang Membentuk Preferensi Konsumen Mixue/Pembimbing : Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Perusahaan dalam memposisikan mereknya kepada konsumen menggunakan titik pembeda (*points of difference*) yaitu atribut atau keuntungan yang sangat diasosiasikan konsumen dengan merek dan diyakini ada. itu tidak dapat ditemukan di merek pesaing. Mixue merupakan merek eskrim yang banyak diperbincangkan pada awal tahun 2023. Oleh karena kedua hal tersebut disusun penelitian untuk mengetahui *Points of Difference* Mixue yang membentuk Preferensi Konsumen Mixue.

Penelitian ini didasari oleh teori model perilaku konsumen yang menyatakan bahwa usaha pemasaran perusahaan akan berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang melatarbelakangi penelitian.

Responden dalam penelitian ini merupakan konsumen Mixue yang pernah datang ke outlet Mixue. Teknik yang digunakan dengan penyebaran kuisioner melalui *Google Form* dengan responden yang berjumlah 136 orang. Metode analisis yang digunakan adalah analisis Structural Equation Model (SEM). Data yang telah terkumpul diolah dengan WarpPLS 7.0 dan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk intrinsik dan atribut produk ekstrinsik berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Disarankan untuk dapat mempertahankan atribut produknya sehingga pelanggan dapat tetap menyukai produk Mixue.

Kata kunci : atribut produk intrinsik, atribut produk ekstrinsik, preferensi konsumen



ABSTRACT

Anthony Christopher/ 29190436/2023/ Aspects of Points of Difference in Mixue That Forms Mixue Consumer Preferences/Guide: Prof. Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M.

Companies position their brands to consumers using points of difference, which are attributes or advantages that consumers strongly associate with the brand and believe are present, and cannot be found in competing brands. Mixue is an ice cream brand that garnered significant attention in early 2023. Due to these factors, a study was conducted to determine the Points of Difference in Mixue that form Mixue consumer preferences.

This research is based on the theory of consumer behavior models, asserting that a company's marketing efforts influence the consumer decision-making process. The research employs a descriptive study method to elucidate the phenomena underlying the investigation.

The respondents in this research are Mixue consumers who have visited Mixue outlets. The technique employed involves distributing questionnaires via Google Form to 136 respondents. The analysis method utilized is the Structural Equation Model (SEM) analysis. The collected data is processed using WarpPLS 7.0 and SPSS 26.

The research findings indicate that both intrinsic and extrinsic product attributes have a positive and significant impact on consumer preferences. It is recommended to maintain these product attributes to ensure that customers continue to favor Mixue products.

Keywords: *intrinsic product attributes, extrinsic product attributes, consumer preferences*





KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan kelimpahan-Nya, sehingga skripsi ini dapat selesai sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, nasehat, dan bimbingan selama penulisan skripsi ini. Pada kesempatan ini saya dengan tulus mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Bilson Simamora, M.M selaku dosen pembimbing, yang memberikan arahan dan bimbingan sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.
2. Ibu dirumah memberi kasih sayang, mendoakan, menasihati, mendukung saya sebagai penulis dan harapannya untuk dapat membanggakannya melalui kelulusan dalam pendidikan.
3. Bapak Dr. Ir. Hisar Sirait, M.A. selaku rektor kampus IBI Kwik Kian Gie
4. Bapak Dr. Abdullah Rakhman, M.M. selaku ketua Kaprodi Manajemen
5. Teman-teman seperjuangan
6. Semua pihak

Dalam penulisan skripsi ini masih memiliki kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis menghargai setiap kritik serta saran yang membangun dari pihak yang pembaca demi menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat, khususnya untuk peneliti lainnya melakukan penelitian lanjutan agar menjadi bahan referensi dan pertimbangan.

Jakarta, 03 Maret 2023

Anthony Christopher

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB II	Error! Bookmark not defined.
A. Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Atribut produk	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Points of Difference</i> (PoDs)	Error! Bookmark not defined.
3. Preferensi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
1. Pengaruh Atribut Intrinsik terhadap Preferensi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2. Pengaruh Atribut Ekstrinsik terhadap Preferensi Konsumen	Error! Bookmark not defined.
D. Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
BAB III	Error! Bookmark not defined.
A. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
C. Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
E. Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
F. Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.





BAB IV	Error! Bookmark not defined.
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
B. Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
D. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
E. Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
F. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V	Error! Bookmark not defined.
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip, memperbanyak atau menerbitkan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

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

DAFTAR TABEL



 © Hak Cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1	Atribut Produk Instrinsik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2	Atribut Produk Ekstrinsik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3	Preferensi Konsume	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4	Skor Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5	Rule of Thumb Evaluasi Model Struktural.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2	Persentase Responden Berdasarkan Pendidikan..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4	Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5	Persentase Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7	Analisis Deskriptif Atribut Produk Instrinsik.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8	Analisis Deskriptif Atribut Produk Ekstrinsik....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9	Analisis Deskriptif Preferensi Konsumen.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10	Hasil Evaluasi Model Struktural.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11	Pengaruh Langsung.....	Error! Bookmark not defined.

1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



DAFTAR GAMBAR



Hak Cipta dimiliki IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Gambar 1 7 Bisnis F&B dengan Outlet Terbanyak Menurut Momentum Works... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 1 Model Perilaku Konsumen Schiffman..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 2 Model Positioning Keller **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2 3 Kerangka Pemikiran..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3 1 Model Lengkap SEM **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 1 Logo Mixue..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 2 Model Lengkap SEM **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4 3 Hasil Pengujian **Error! Bookmark not defined.**

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUISIONER	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2 DATA UJI VALIDITAS	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3 PROFIL RESPONDEN	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4 HASIL WAWANCARA.....	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5 HASIL OUTPUT	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 6 HASIL TURNITIN	Error! Bookmark not defined.

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

