**LAPORAN HASIL PENELITIAN**

**Diajukan Kepada**

**Lembaga Penelitian**

**Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Semarang**



**JUDUL :**

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN TINGKAT HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**Tim Peneliti :**

Hermawan Budiyanto, S.Sos, M.Si NIDN : 0604076901 Ketua

Agus Supriyadi NPM : 201003632110381 Anggota

Fadila Sekar Ramadhananda NPM : 201003632110359 Anggota

Yohana Anindita NPM : 201003632110360 Anggota

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

**2023**

**ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dilingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Semarang yang bertujuan untuk menganilisis kebenaran apakah ada Pengaruh Atribut Produk dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue di kalangan Mahasiswa. Di Indonesia sendiri model bisnis waralaba sangat banyak diminati oleh para pelaku bisnis. Sehingga pada saat ini bisnis franchise di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat. MIXUE Ice Cream & Tea merupakan waralaba internasional yang menawarkan minuman teh dan es krim segar. Perusahaan ini menyediakan berbagai minuman seperti bubble tea, fruit tea, *milkshake*, dan produk es krim penelitian ini populasinya yaitu pembeli produk MIXUE di kalangan mahasiswa UNTAG Semarang yang jumlahnya tidak terhingga. Sedangkan sampel yang diperlukan yaitu 50 mahasiswa sebagai pembeli produk MIXUE.

Peneliti menggunakan teknik non random sampling dengan cara saturation sampling (sampling jenuh). Adapun kuesioner terdapat 41 pertanyaan yang diantaranya ada 20 pertanyaan mengenai atribut produk (X1), 7 pertanyaan mengenai tingkat harga (X2), dan 14 pertanyaan mengenai keputusan pembelian (Y). Berdasarkan hitungan Korelasi Ganda di atas, diperoleh r hitung 0,5148. Sedangkan nilai r tabel untuk signifikansi 1% dengan N50 yaitu 0,361. Sehingga r hitung r tabel atau 0,5148 0,361, maka adanya pengaruh atribut produk dan tingkat harga terhadap keputusan pembelian dapat dinyatakan DITERIMA. Maka dapat dikatakan bahwa adanya atribut produk (X1) dan tingkat harga (X2) terhadap keputusan pembelian produk MIXUE di lingkungan mahasiswa UNTAG Semarang (Y) mencapai 26,5%. Sehingga untuk mendapatkan hasil 100% maka sisa dari 26,5% sebesar 73,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hasil perhitungan statistik diperoleh koefisien korelasi ganda “Pengaruh Atribut Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kalangan Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Semarang” menggunakan rumus koefisien korelasi ganda diperoleh r hitung sebesar 0,5148, sedangkan nilai r tabel dengan signifikansi 1% dengan N50 menunjukkan 0,361. Maka diperoleh bahwa r hitung r tabel yaitu 0,5148 0,361. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan adanya Pengaruh Antara Atribut Produk Dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue Di Kalangan Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Semarang dapat DITERIMA.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang dikemukakan **diterima**karena menunjukkan hasil uji hipotesis **positif.** Hal ini menandakan bahwa atribut produk dan tingkat harga **memiliki** pengaruh pada Keputusan pembelian produk Mixue pada individu yang ada di lingkungan UNTAG Semarang.

**Kata kunci : Atribut Produk, Tingkat Harga, Keputusan Pembelian**