

SKRIPSI

**PENGARUH KEMASAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIMORY YOGHURT SQUEEZE
DI SURABAYA TIMUR**



Oleh :

DWI EKA NURMAYANTI
NBI : 1212000304

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH KEMASAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIMORY YOGHURT SQUEEZE
DI SURABAYA TIMUR**



Oleh:

DWI EKA NURMAYANTI

NBI: 1212000304

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH KEMASAN, CITRA MEREK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CIMORY YOGHURT SQUEEZE
DI SURABAYA TIMUR**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Program
Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh:

Dwi Eka Nurmayanti

NBI: 1212000304

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Dwi Eka Nurmayanti
NIM : 1212000304
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemasan, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze Di Surabaya Timur

Surabaya, 22 Desember 2023

Mengetahui /Menyetujui




Pembimbing,


Dr. Ir. Hotnan Panjaitan, M.T., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 12 Januari 2024.

TIM PENGUJI:

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, M.T., M.M -Ketua 
2. Dr. Achmad Yanu Alif Fianto, ST., MBA -Anggota 
3. Drs. Ec Rudy Santoso, M.M -Anggota 

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

NPP. 20220.93.0319

LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama Lengkap (KTP) : Dwi Eka Nurmayanti (P)
2. NBI : 121200304
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3522116901020002
6. Alamat Rumah (KTP) : Dusun Kanor, Rt 04 Rw 04, Desa Kanor,
Kec.Kanor

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul:

“Pengaruh Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 31 Januari 2024



(Dwi Eka Nurmayanti)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dwi Eka Nurmayanti
NBI : 1212000304
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : ~~Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek*~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“Pengaruh Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur”

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal :

Yang Menyatakan,



(Dwi Eka Nurmayanti)

*coret yang tidak perlu

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya, sehingga diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan.

Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukkan kepada:

1. Dr. Ir. Hotman Panjaitan, MT., MM. selaku Dosen Pembimbing saya yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, dan tambahan ilmu serta wawasannya. Saya sangat berterima kasih atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, serta memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian dan penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan fasilitas serta bimbingan yang telah diberikan kepada saya selama menempuh proses perkuliahan pada Pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M. Si. selaku Kepala program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memebrikan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kedua orang tua saya, Bapak Kasrun dan Ibu Sukanti yang telah memberikan dukungan penuh serta menguatkan saya dari segi moral dan materi, nasihat, motivasi, kasih sayang, harapan, dan do'a yang selalu dipanjatkan untuk kelancaran terselesaikannya skripsi ini.

6. Kedua kakak saya, Sri Wahyuni dan Sulis Wibowo serta adik saya Zhaira Yulistya Wibowo, yang selalu memberikan support system, motivasi, dan bantuan dalam proses berjalannya skripsi ini hingga selesai.
7. Teman-teman saya Eva, Alissa, Firda, Cicik, Naja, dan Bagus yang telah memberikan semangat serta menguatkan satu sama lain dalam membantu kelancaran penelitian sehingga skripsi saya terselesaikan.

Dengan segala kelebihan serta kekurangan yang ada, saya menyadari bahwa masih banyak cacat cela dalam skripsi ini dan saya terbuka menerima saran dan kritik untuk perbaikan.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca. Terima kasih.

Surabaya, 22 Desember 2023



Dwi Eka Numayanti

RINGKASAN

Penelitian ini berjudul Pengaruh Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur dengan tujuan yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui dan menganalisis hasil positif dan signifikan terhadap Pengaruh Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan Teknik analisis linier berganda yang berupa pengumpulan data dengan jumlah mencapai 106 responden. Metode pengolahan data yang digunakan analisis asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan untuk pengujian datanya menggunakan SPSS versi 26.

Hasil pengujian hipotesis penelitian menunjukkan bahwa pengaruh Kemasan menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{Hitung} 7,186 < 1,983 t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian pada produk Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur terbukti signifikan. Hasil uji t dari variabel Citra Merek menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{Hitung} 8,943 < 1,983 t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur terbukti signifikan. Hasil uji t dari variabel Kualitas Produk menghasilkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan $t_{Hitung} 11,641 < 1,983 t_{Tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur terbukti signifikan.

SUMMARY

*This research is entitled *The Influence of Packaging, Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions for Cimory Yoghurt Squeeze in East Surabaya* with the aim to be achieved in accordance with the problem formulation described above, namely to find out and analyze positive and significant results on the Influence of Packaging, Brand Image, and Product Quality on Purchasing Decisions for Cimory Yoghurt Squeeze in East Surabaya. This research uses quantitative methods using multiple linear analysis techniques in the form of data collection with a total of 106 respondents. The data processing method used is classical assumption analysis consisting of normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test and for data testing using SPSS version 26.*

The results of research hypothesis testing show that the influence of packaging produces a significance value of $0.000 < 0.05$ with a t_{Count} of $7.186 < 1.983 t_{\text{Table}}$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus, the influence of packaging on purchasing decisions for Cimory Yoghurt Squeeze products in East Surabaya is proven to be significant. The t test results of the Brand Image variable produce a significance value of $0.000 < 0.05$ with a t_{Count} of $8.943 < 1.983 t_{\text{Table}}$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus, the influence of brand image on purchasing decisions for Cimory Yoghurt Squeeze products in East Surabaya is proven to be significant. The t test results of the Product Quality variable produce a significance value of $0.000 < 0.05$ with t_{Count} $11.641 < 1.983 t_{\text{Table}}$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. Thus, product quality on purchasing decisions for Cimory Yoghurt Squeeze products in East Surabaya has proven to be significant.

ABSTRAK

Perkembangan industri minuman di Indonesia ditandai dengan banyaknya jenis dan merek minuman kemasan yang beredar dipasaran mengakibatkan terciptanya persaingan yang kompetitif antara perusahaan. Untuk meningkatkan kekuatan konsumsi dan daya saing, ada berbagai macam olahan susu fermentasi yang sangat populer dan banyak digemari oleh masyarakat salah satunya Cimory Yoghurt Squeeze. Ketika memasuki tahun 2023 mengalami penurunan presentasi menjadi 63,2% yang awalnya di tahun 2022 sebesar 67,4%. Tetapi Cimory Yoghurt Squeeze berusaha secara aktif meningkatkan penjualan dan menarik perhatian konsumen dengan cara meningkatkan kualitas produk, citra merek, dan tampilan kemasan agar konsumen memilih produk mereka.

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas adalah untuk mengetahui dan menganalisis peranan Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur. Penelitian ini mengambil responden dari seluruh konsumen yang pernah membeli Cimory Yoghurt Squeeze di Surabaya Timur, dengan jumlah mencapai 106 responden. Dalam pelaksanaan penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan menggunakan data yang berupa kuesioner.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sedangkan uji asumsi klasik yang digunakan antara lain, Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Normalitas Data. Secara keseluruhan, indikator yang digunakan dalam penelitian ini valid (karena koefisien korelasi $> 0,195$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$) dan reliabel (karena nilai koefisien Cronbach's Alpha $> 0,6$). Hasil uji asumsi klasik juga menunjukkan bahwa penelitian ini telah memenuhi, antara lain 1.) Kedua model regresi bebas dari multikolinieritas; 2.) Tidak terjadi heteroskedastisitas; 3.) Residual kedua model regresi berdistribusi normal.

Hasil temuan analisis menyimpulkan bahwa semua variabel berpengaruh signifikan terhadap Kemasan (X1), Citra Merek (X2), dan Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Kata Kunci: Kemasan, Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The development of the beverage industry in Indonesia is marked by the many types and brands of packaged drinks circulating on the market, resulting in the creation of competitive competition between companies. To increase consumption strength and competitiveness, there are various kinds of fermented milk products that are very popular and much loved by the public, one of which is Cimory Yoghurt Squeeze. When entering 2023, the presentation decreased to 63.2%, compared to 67.4% in 2022. However, Cimory Yoghurt Squeeze tries to actively increase sales and attract consumer attention by improving product quality, brand image and packaging appearance so that consumers choose their product.

The research objective to be achieved in accordance with the problem formulation described above is to determine and analyze the role of packaging, brand image and product quality on purchasing decisions for Cimory Yoghurt Squeeze in East Surabaya. This research took respondents from all consumers who had purchased Cimory Yoghurt Squeeze in East Surabaya, with a total of 106 respondents. In carrying out this research, a quantitative approach was used using data in the form of a questionnaire.

The analysis technique used is multiple linear regression analysis. Meanwhile, the classical assumption tests used include the Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, and Data Normality Test. Overall, the indicators used in this research are valid (because the correlation coefficient is > 0.195 with a significance level < 0.05) and reliable (because the Cronbach's Alpha coefficient value is > 0.6). The results of the classical assumption test also show that this research has fulfilled, among other things, 1.) Both regression models are free from multicollinearity; 2.) There is no heteroscedasticity; 3.) The residuals of both regression models are normally distributed.

The results of the analysis findings conclude that all variables have a significant influence on packaging (X1), brand image (X2), and product quality (X3) on purchasing decisions (Y).

Keywords: *Packaging, Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions.*

DAFTAR ISI

COVER LUAR.....	i
COVER DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv Error! Bookmark not defined.
LEMBAR SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
RINGKASAN	ix
<i>SUMMARY</i>	x
ABSTRAK.....	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Landasan Teori	9

2.1.1	Manajemen Pemasaran	9
2.1.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	9
2.1.3	Kemasan	11
2.1.4	Citra Merek	14
2.1.5	Kualitas Produk	16
2.1.6	Keputusan Pembelian	18
2.2	Penelitian Terdahulu	21
2.3	Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1	Hubungan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.2	Hubungan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian	23
2.3.3	Hubungan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.4	Kerangka Konseptual	24
2.5	Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Desain Penelitian	27
3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	27
3.3	Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1	Jenis Data	27
3.3.2	Sumber Data	28
3.4	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi	28
3.4.2	Sampel	28
3.4.3	Teknik Sampling	29
3.5	Teknik Pengumpulan Data dan Teknik Pengukuran	29
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	29
3.5.2	Teknik Pengukuran	30
3.6	Definisi Variabel dan Devinisi Operasional	30
3.6.1	Devinisi Variabel	30

3.6.2	Devinisi Operasional variabel.....	31
3.7	Proses Pengolahan Data	32
3.8	Metode Analisis Data	32
3.8.1	Uji Instrumental Penelitian	32
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	33
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis dan Analisis Data	33
3.9.1	Analisis Regresi Linier Berganda	34
3.9.2	Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1.	Gambaran Umum Projek Penelitian	37
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	38
4.2.1.	Deskripsi Karakteristik Responden.....	38
4.2.2	Deskripsi Variabel Penelitian	39
4.3.	Uji Instrumen	45
4.3.1.	Uji Validitas	45
4.3.2.	Uji Realibilitas.....	47
4.4.	Analisis Data	48
4.4.1.	Uji Asumsi Klasik	48
4.4.2.	Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.5.	Pengujian Hipotesis.....	51
4.5.1.	Uji Korelasi Parsial.....	51
4.5.2.	Uji Signifikasi Simultan (F).....	52
4.5.3.	Uji Signifikasi Parsial (Uji t)	53
4.5.4.	Analisis Koefisien Determinasi (R Square)	54
4.6.	Pembahasan Hasil Temuan	55
4.6.1.	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.2.	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	55
4.6.3.	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	56

4.6.4.	Pengaruh Kemasan, Citra Merek, dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.7.	Implikasi Penelitian.....	56
4.7.1.	Kemasan.....	56
4.7.2.	Citra Merek	57
4.7.3.	Kualitas Produk	57
4.8.	Keterbatasan Penelitian	57
BAB V PENUTUP.....		58
5.1	Simpulan	58
5.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....		60
LAMPIRAN.....		65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Index Subkategori Yoghurt 2019-2023.....	3
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	25

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	38
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi.....	39
Tabel 4. 3 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Kemasan (X1)	40
Tabel 4. 4 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Citra Merek (X2).....	41
Tabel 4. 5 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas Produk (X3)	42
Tabel 4. 6 Rata-Rata Jawaban Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 8 Hasil Uji Realibilitas	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikoloniritas	49
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Berganda	50
Tabel 4. 13 Hasil Uji Korelasi Persial	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	52
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	53
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner Penelitian	65
Lampiran. 2 Tabulasi Dan Jawaban Responden	72
Lampiran. 3 Hasil Uji Validity	84
Lampiran. 4 Hasil Uji Reliability	91
Lampiran. 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	92
Lampiran. 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	94
Lampiran. 7 Uji Partial Corellation	95
Lampiran. 8 Uji F.....	96
Lampiran. 9 UJI t	97
Lampiran. 10 Coefficient Determination.....	98
Lampiran. 11 Kartu Bimbingan Skripsi.....	99
Lampiran. 12 Hasil Uji Plagiasi	100

“Halaman Sengaja Dikosongkan”