

## **HALAMAN MOTO**

“Boleh mengikuti perkembangan zaman tetapi harus tahu aturan dan batasan”

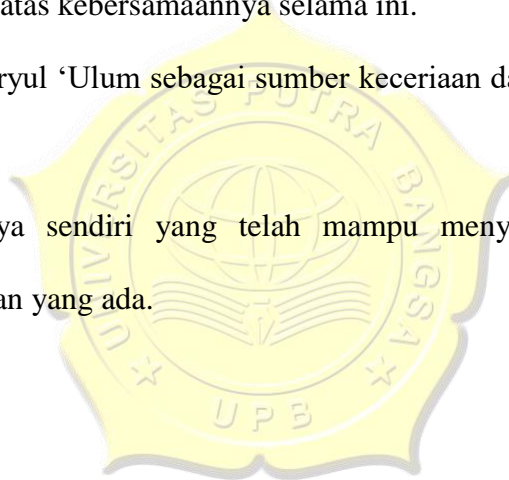
~ Fitri Anisah ~



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan hasil dari pembelajaran selama perkuliahan dan saya persembahkan untuk:

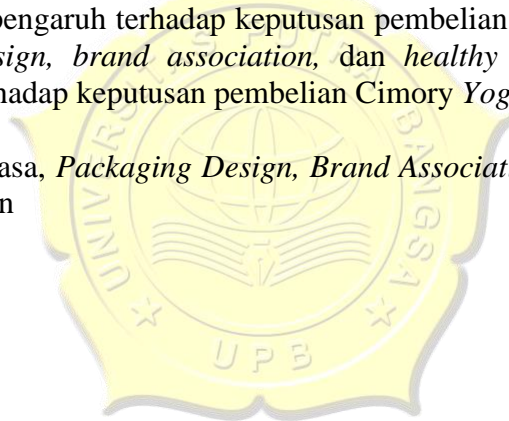
1. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu mendoakan dan sebagai sumber semangat.
2. Dosen pembimbing saya, Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M., yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Teman-teman seperjuangan MJRC yang selalu berusaha menyelesaikan tugas dengan baik dan atas kebersamaannya selama ini.
4. Teman-teman Jaryul 'Ulum sebagai sumber keceriaan dari dahulu hingga saat ini.
5. Kepada diri saya sendiri yang telah mampu menyelesaikan skripsi ini melewati kesulitan yang ada.



## ABSTRAKSI

Pandemi COVID-19 dari tahun 2020 sampai 2022 yang merambah ke seluruh penjuru dunia, mengakibatkan terjadinya transformasi dalam perilaku konsumen di Indonesia. Transformasi ini mencakup kesadaran masyarakat akan pentingnya menerapkan gaya hidup sehat dalam memilih makanan serta minuman yang kaya nutrisi guna meningkatkan daya tahan tubuh. Salah satu makanan minuman sehat yang sedang digemari saat ini adalah Cimory *Yogurt Squeeze*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh cita rasa, *packaging design*, *brand association*, dan *healthy lifestyle* terhadap keputusan pembelian Cimory *Yogurt Squeeze* pada masyarakat Kebumen. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dilakukan kepada 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian secara pasial menunjukkan bahwa cita rasa berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, *packaging design* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *brand association* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan *healthy lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, cita rasa, *packaging design*, *brand association*, dan *healthy lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Cimory *Yogurt Squeeze*.

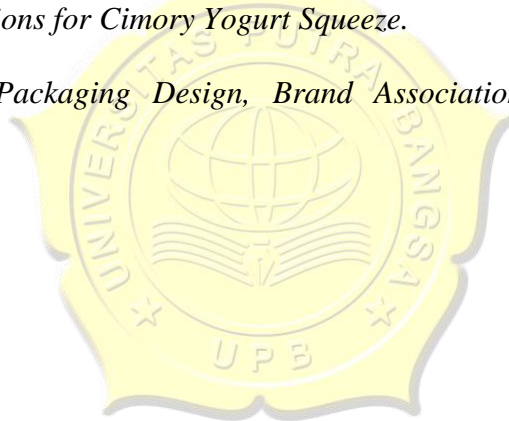
**Kata Kunci:** Cita Rasa, *Packaging Design*, *Brand Association*, *Healthy Lifestyle*, Keputusan Pembelian



## ABSTRACT

*The COVID-19 pandemic from 2020 to 2022, which is spreading around the world, has resulted in a transformation in consumer behavior in Indonesia. This transformation includes public awareness of the importance of implementing a healthy lifestyle in choosing foods and drinks that are rich in nutrients to increase endurance. One of the healthy beverage foods that is currently popular is Cimory Yogurt Squeeze. The purpose of this study was to determine the effect of taste, packaging design, brand association, and healthy lifestyle on purchasing decisions for Cimory Yogurt Squeeze in the Kebumen community. This study used a non-probability sampling method with purposive sampling technique conducted on 100 respondents. The data collection technique in this study was to use a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using the SPSS application. The results showed that taste has a significant effect on purchasing decisions, packaging design has an effect on purchasing decisions, brand association has an effect on purchasing decisions, and healthy lifestyle has an effect on purchasing decisions. Simultaneously, taste, packaging design, brand association, and healthy lifestyle have a significant effect on purchasing decisions for Cimory Yogurt Squeeze.*

**Keywords:** *Taste, Packaging Design, Brand Association, Healthy Lifestyle, Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa, *Packaging Design*, *Brand Association*, dan *Healthy Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Cimory Yogurt Squeeze pada masyarakat Kebumen”**.

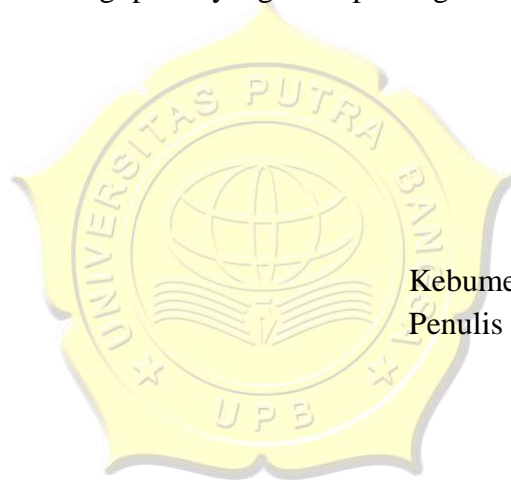
Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat dalam perkuliahan, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literatur dengan kemampuan yang ada pada penulis.

Tersusunnya skripsi ini tidak terlepas dari peran semua pihak yang membantu penulis dari awal hingga akhir, karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan yang sangat baik, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua orang tua saya tercinta yang selalu mendoakan dan memberi dukungan dalam menyusun skripsi ini.
3. Bapak/Ibu Dosen beserta staff dan karyawan Universitas Putra Bangsa Kebumen.

4. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesiner penelitian penulis.
5. Teman-teman seperjuangan MJRC atas kebersamaannya selama ini.
6. Teman-teman Jaryul 'Ulum atas semangatnya.
7. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada semua pihak dalam membantu menyusun skripsi ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 27 Maret 2024  
Penulis

Fitri Anisah

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN MOTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
ABSTRAKSI .....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Batasan Masalah.....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	13
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	15
2.1. Tinjauan Teori .....	15
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	15
2.1.2. Cita Rasa .....	20
2.1.3. <i>Packaging Design</i> .....	24
2.1.4. <i>Brand Association</i> .....	31
2.1.5. <i>Healthy Lifestyle</i> .....	35
2.2. Penelitian Terdahulu.....	41
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	48
2.4. Model Empiris.....	51
2.5. Hipotesis.....	52

BAB III METODE PENELITIAN.....	53
3.1. Objek dan Subjek Penelitian .....	53
3.2. Variabel Penelitian .....	54
3.3. Definisi Operasional Variabel .....	54
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	58
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	60
3.6. Populasi dan Sampel .....	62
3.7. Teknik Analisis.....	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	74
4.1. Analisis Deskriptif.....	74
4.2. Analisis Statistik.....	80
4.3. Pembahasan .....	94
BAB V SIMPULAN .....	99
5.1. Simpulan.....	99
5.2. Keterbatasan .....	100
5.3. Implikasi .....	101
5.3.1 Implikasi Praktis .....	101
5.3.2 Implikasi Teoritis .....	103
DAFTAR PUSTAKA .....	106
LAMPIRAN.....	111



## DAFTAR TABEL

Tabel I - 1 Top Brand Produk Yogurt.....	3
Tabel I - 2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	4
Tabel II - 1 Penelitian Terdahulu .....	46
Tabel II - 2 Model Empiris .....	51
Tabel III - 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian .....	55
Tabel III - 2 Indikator dan Distribusi Variabel Cita Rasa .....	56
Tabel III - 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Packaging Design</i> .....	57
Tabel III - 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Association</i> .....	57
Tabel III - 5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Healthy Lifestyle</i> .....	58
Tabel III - 6 Penilaian Instrumen .....	59
Tabel III - 7 Penilaian Instrumen .....	59
Tabel IV - 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat.....	77
Tabel IV - 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel IV - 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	79
Tabel IV - 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel IV - 5 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa .....	81
Tabel IV - 6 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Packagig Design</i> .....	81
Tabel IV - 7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Association</i> .....	82
Tabel IV - 8 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Healthy Lifestyle</i> .....	82
Tabel IV - 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	83
Tabel IV - 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel.....	84
Tabel IV - 11 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogoroft-Smirnov</i> .....	85
Tabel IV - 12 Hasil Uji Multikolinearitas .....	86
Tabel IV - 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	91
Tabel IV - 14 Hasil Uji Parsial.....	91
Tabel IV - 15 Hasil Uji Simultan .....	93
Tabel IV - 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	94

## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV - 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas ..... 87



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	111
Lampiran 2 Data Responden.....	115
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner .....	118
Lampiran 4 Hasil Olah Data SPSS.....	122
Lampiran 5 Tabel R .....	130
Lampiran 6 Tabel T.....	133
Lampiran 7 Tabel F.....	136
Lampiran 8 Kartu Seminar Proposal.....	139
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi.....	140

