

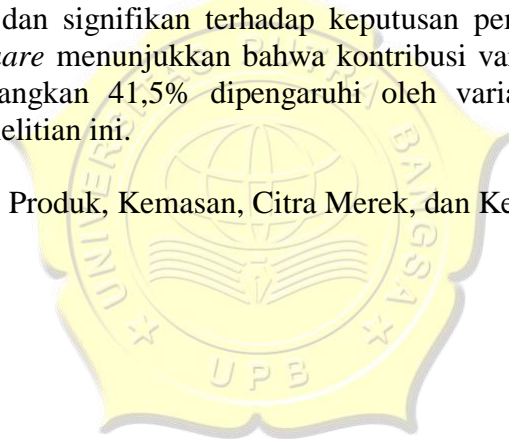
ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk, kemasan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian es krim Aice di Kabupaten Kebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah Analisis pengaruh variasi produk, kemasan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik purposive sampling. Data sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen es krim Aice yang berjumlah 100 responden. Instrumen atau alat pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, analisis regresi linier berganda (skala likert). Data analisis dengan bantuan program SPSS 25.0 *for windows*.

Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa 1) Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian 2) Kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian 3) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan nilai *Adjusted R Square* menunjukkan bahwa kontribusi variabel pada model ini sebesar 58,5%, sedangkan 41,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Variasi Produk, Kemasan, Citra Merek, dan Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of product variations, packaging and brand image on purchasing decisions for Aice ice cream in Kebumen Regency. The problem raised in this research is analysis of the influence of of product variations, packaging and brand image on purchasing dicisions, with the aim of finding out how big the influence is partially or simultaneously.

The sampling method used in this research was nonprobability sampling with a purposive sampling technique. The sample data taken in this research were Aice ice cream consumers, totaling 100 respondents. The instrument or data collection tool in this research is using a questionnaire. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, t test, f test, multiple linear regression analysis (Likert scale). Data analysis with the help of the SPSS 25.0 for Windows program.

The results of this research explain that 1) Product variety has a positive and significant effect on purchasing decisions. 2) Packaging does not have a significant effect on purchasing decisions. 3) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the Adjusted R Square value, is shows that the variable contribution in this model is 58.5%, while 41.5% is influenced by other variables not explained in this research.

Keywords : *Products Variations, Packaging, Brand Image, and Purchasing Decisions.*

HALAMAN MOTTO

Hidup itu ibarat perjalanan mendaki gunung yang tanpa henti usaha guna mencapai puncak.

“Hidup adalah jalan yang penuh dengan usaha” - Baekhyun EXO

“Untuk mencapai apa yang kamu inginkan kamu harus terus mengejar dan berjuang menuju mereka, tetapi pada saat yang sama menjaga diri sendiri dalam kondisi baik” – Chanyeol EXO



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini penulis persembahkan sebagai tanda terimakasih yang mendalam kepada:

1. Diri Sendiri yang berjuang melawan rasa malas serta pikiran-pikiran negatif yang mengganggu.
2. Kedua orangtua saya, Ibu Siti Ma'rifah dan Bapak Marsuhud yang selalu memberikan do'a, dukungan serta kasih sayang yang tidak terhingga.
3. Member EXO yang telah menjadi motivasi dan penyemangat bagi saya selama masa perkuliahan sehingga hari-hari saya lebih berwarna.
4. Sahabat saya Sifa Miftahul Jannah yang selalu memberikan dukungan dan semangat serta yang telah berjuang bersama melewati masa sulit dan bahagia bersama.
5. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si, selaku dosen pembimbing. Terimakasih atas ilmu, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
6. Teman-teman yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah membuat masa perkuliahan menjadi lebih berkesan.

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq, hidayah dan Inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk, Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Aice di Kabupaten Kebumen”** dengan baik.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana strata-1 pada Program Studi Manajemen di Universitas Putra Bangsa. Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M. Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Ibu Ika Susilowati, S.Pd., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, saran dan bantuan serta arahan yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do'a sehingga penulis mampu menyelesaikan Pendidikan untuk meraih gelar sarjana.
4. Sahabat saya Sifa Miftahul Jannah yang selalu memberikan saran, dukungan dan motivasi bagi saya selama masa perkuliahan.
5. Kakak saya Rani Siregar dan kak Mala yang telah memberikan dukungan dan motivasi bagi saya.

6. Pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu saya ucapkan banyak terimakasih telah memberikan semangat dan do'a kepada saya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna khususnya bagi peneliti dan para pembaca pada umumnya.

Kebumen, 9 Juni 2024

Penulis,



Sri Umi Latifah
NIM. 205504189

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1. Tinjauan Teori	17
2.1.1. Keputusan Pembelian.....	17

2.1.2.	Variasi Produk.....	22
2.1.3.	Kemasan.....	25
2.1.4.	Citra Merek	29
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	32
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	37
2.4.	Model Empiris	40
2.5.	Hipotesis	40
BAB III.....		42
METODE PENELITIAN.....		42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	42
3.2.	Variabel Penelitian	42
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	47
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	48
3.6.	Populasi dan Sampel.....	50
3.7.	Teknik Analisis.....	52
BAB IV		63
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		63
4.1.	Analisis Deskriptif.....	63
4.2.	Karakteristik Responden	66
4.3.	Analisis Statistik.....	70
4.4.	Pembahasan	84
SIMPULAN		89
5.1.	Simpulan.....	89
5.2.	Keterbatasan	90

5.3.	Implikasi.....	90
5.3.1	Implikasi Praktis.....	91
5.3.2	Implikasi Teoritis	92



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Data Penjualan Es Krim Dalam Kemasan di Indonesia	1
Tabel I-2 Top Brand Es Krim Pilihan Anak Muda Indonesia	3
Tabel I-3 Data Top Brand Award Dalam Kategori Es Krim	5
Tabel I-4 Data Observasi Konsumen Es Krim Aice di Kabupaten Kebumen	8
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III-1 Distribusi Indikator Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel III-2 Distribusi Indikator Variasi Produk (X1)	43
Tabel III-3 Distribusi Indikator Kemasan (X2)	44
Tabel III-4 Distribusi Indikator Citra Merek (X3)	45
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	65
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	66
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pmebelian	69
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variasi Produk	70
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Kemasan	71
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Citra Merek	72
Tabel IV-9 Uji Reliabilitas Variabel	73
Tabel IV-10 Uji Multikolinieritas	74
Tabel IV-11 Regresi Linier Berganda	78
Tabel IV-12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	81
Tabel IV-13 Hasil Uji Simultan (Uji F)	83
Tabel IV-14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Empiris.....	39
Gambar IV-1 Uji Heterokedastisitas.....	75
Gambar IV-2 Uji Normalitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Responden
- Lampiran 3 Tabulasi Data
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Linier Berganda
- Lampiran 8 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 9 Tabel r
- Lampiran 10 Tabel t
- Lampiran 11 Tabel F
- Lampiran 12 Kartu Konsultasi Skripsi
- Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal

