

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh Cita Rasa, desain kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk minuman Teh Desa Cabang Pejagoan di Kabupaten Kebumen. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh cita rasa, desain kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Teh Desa Cabang Pejagoan, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Data sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu masyarakat Kebumen yang berusia minimal 17 tahun yang melakukan pembelian dan mengkonsumsi produk minuman Teh Desa cabang Pejagoan dengan jumlah 100 responden. Pada penelitian ini menggunakan angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Analisa data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasilnya dianalisis menggunakan program SPSS25 *for windows*. Hasil hipotesis pertama bahwa cita rasa secara parsial mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis kedua bahwa desain kemasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil hipotesis ketiga bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Teh Desa, Cita Rasa, Desain Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian, Kebumen

ABSTRACT

This research aims to find out the influence of taste, packaging design and price on purchasing decisions for Pejagoan Branch Village Tea beverage products in Kebumen Regency. The problem raised in this research is the analysis of the influence of taste, packaging design and price on the decision to purchase the Pejagoan Branch Village Tea drink, with the aim of finding out how big the influence is partially or simultaneously. The data sample taken in this research was Kebumen people aged at least 17 years who purchased and consumed the Pejagoan branch of Desa Tea beverage products with a total of 100 respondents. This research uses questionnaires as a data collection tool. Data analysis used in this research used multiple linear regression analysis and the results were analyzed using the SPSS 25 for Windows program. The results of the first hypothesis are that taste partially has an insignificant influence on purchasing decisions. The results of the second hypothesis are that packaging design has a positive and significant influence on purchasing decisions. The results of the third hypothesis are that price partially has a positive and significant influence on purchasing decisions.

Keywords: *The Desa, Taste, Packaging Design, Price, Purchasing Decision, Kebumen*



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Cita Rasa, Desain Kemasan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Desa Cabang Pejagoan”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dibangku kuliah dalam bidang penelitian ilmiah. Peneliti telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan skripsi literature. Penulis sangat sadar bahwa dalam penelitian masih banyak kekurangan yang perludiperbaiki.

Pada kesempatan kali ini penulis juga mengucapkan terimakasih sebesarnya kepada semua pihak yang telah memberikan ataupun membantu secara fisik, bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusundan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Dosen pembimbing Dr. Sigit Wibawanto, MM. yang telah membimbing saya dengan baik sehingga skripsi saya dapat terselesaikan.
2. Segenap civitas akademik kampus Universitas Putra Bangsa Kebumen, staff karyawan dan seluruh mahasiswa semoga tetap semangat dalam beraktifitas

setiap harinya.

3. Kedua orang tua saya tercinta yang selalumenukung dan mendoakan yang terbaik untuk saya.
4. Sabahat dan teman teman kelas Reguler F seperjuangan skripsi yangtelah membantu dalam menyelesaikan skripsi.
5. Semua responden yang telah menyamepatkan waktunya untuk mengisi kuesioner penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini belum sempurna. Makadari itu, dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang berguna dan membangun untuk kelengkapan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca demi kemajuan perkembangan ilmu pendidikan di masa yang akan datang.

Kebumen, 25 Juni 2024

Penulis,

Kharisma Nur Indah Sari

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
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	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	12
BAB II.....	14
KAJIAN PUSTAKA.....	14
2.1. Tinjauan Teori	14

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	14
2.1.2.	Cita Rasa	19
2.1.3.	Desain Kemasan.....	21
2.1.4.	Harga.....	24
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	27
2.3.	Hubungan Antar Variabel	29
2.4.	Model Empiris	32
2.5.	Hipotesis	33
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	34
3.2.	Variabel Penelitian	34
3.3.	Definisi Operasional Variabel	35
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	39
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.6.	Populasi dan Sampel	42
3.7.	Teknik Analisis.....	44
BAB IV	55
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	55
4.1.	Gambaran Umum Perusahaan	55
4.2.	Analisis Deskriptif.....	56
4.3.	Analisis Statistik.....	60
4.4.	Pembahasan	72
BAB V	75
SIMPULAN	75

5.1. Simpulan.....	75
5.1. Keterbatasan	76
5.2. Implikasi.....	77
5.3.1 Implikasi Praktis	77
5.3.2 Implikasi Teoritis	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Merk Minuman Diminati	4
Tabel I-2 Data Penjualan Teh Desa	5
Tabel I-3 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	5
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	36
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Cita Rasa	37
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Desain Kemasan	38
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Harga.....	39
Tabel IV-1 Responden Berdasarkan Alamat.....	56
Tabel IV-2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel IV-3 Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel IV-4 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel IV-5 Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	60
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (X1)	61
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variabel Desain Kemasan (X2).....	62
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X3).....	62
Tabel IV-9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	63
Tabel IV-10 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolienaritas	65
Tabel IV-12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel IV-13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	69
Tabel IV 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	71
Tabel IV-15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Model Penelitian	32
Gambar IV-1 Uji Hasil Heterokedasitas	65
Gambar IV-2 Hasil Uji Normalitas	66

