

HALAMAN MOTTO

“Satu-satunya cara untuk memulai adalah berhenti bicara dan mulai kerjakan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah sujud syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas karunianya yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Karya tulis ini, penulis persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kelancaran, kemudahan dan keberuntungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Untuk diri saya sendiri terimakasih telah berjuang dan berusaha dengan keras dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga kedepannya dapat memberikan manfaat atas ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan.
3. Untuk kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis, sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita cita.
4. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan arahan, kritik dan saran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh cita rasa, citra merek dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian yogurt cimory pada masyarakat Kebumen. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan cara menyebar kuesioner yang dibagikan kepada konsumen yogurt cimory di Kebumen. Pada penelitian ini teknik yang digunakan berdasarkan populasi, dengan metode *non-probability sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Cita Rasa (X1), Citra Merek (X2), Kemasan Produk (X3), dan keputusan pembelian (Y). Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif dan statistik dengan bantuan program *SPSS for windows versi 26*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan memenuhi syarat asumsi normalitas. Variabel Cita Rasa (X1), secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yogurt cimory pada masyarakat Kebumen. Variabel Citra Merek (X2), secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yogurt cimory pada masyarakat Kebumen. Variabel Kemasan Produk (X3), secara parsial memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian yogurt cimory pada masyarakat Kebumen. Variabel cita rasa, citra merek dan kemasan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian yogurt cimory pada masyarakat Kebumen. Hasil koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 0,603 artinya bahwa variabel keputusan pembelian yang dijelaskan oleh variabel cita rasa, citra merek dan kemasan produk sebesar 60,3%.

Kata Kunci: Cita Rasa, Citra Merek, Kemasan Produk, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of taste, brand image and product packaging on purchasing decisions for cimory yogurt in the Kebumen community. Data collection in this research is by distributing questionnaires which are distributed to consumers of cimory yogurt in Kebumen. In this research, the technique used is population based, using a non-probability sampling method with a sample size of 100 respondents. The variables used in this research are Taste (X1), Brand Image (X2), Product Packaging (X3), and purchasing decisions (Y). The data analysis technique used in this research is descriptive and statistical analysis techniques with the help of the SPSS for Windows version 26 program. The results of this research show that all variables are declared valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and they meet the requirements for the normality assumption of the Cita Variable. Taste (X1), partially has an influence on the decision to purchase Cimory Yogurt among the people of Kebumen. The Brand Image variable (X2), partially has an influence on the decision to purchase cimory yogurt in the Kebumen community. The Product Packaging Variable (X3), partially has an influence on the decision to purchase cimory yogurt in the Kebumen community. The variables of taste, brand image and product packaging simultaneously influence the purchasing decision of cimory yogurt in the Kebumen community. The coefficient of determination result in this research is 0.603, meaning that the purchasing decision variable explained by the taste, brand image and product packaging variables is 60.3%.

Keywords: *Taste, Brand Image, Product Packaging, and Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji Allah tuhan semesta alam atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yogurt Cimory Pada Masyarakat Kebumen” dengan kemudahan dan kelancaran. Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Semoga kita selalu dalam lindungan-Nya.

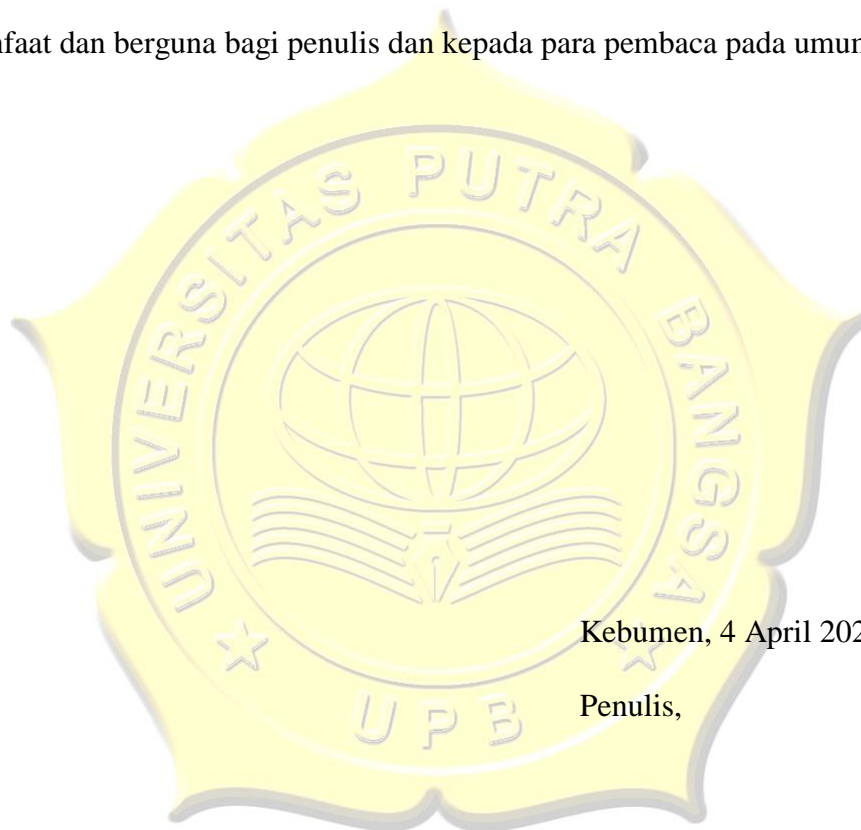
Skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Terselesainya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan arahan, kritik dan saran kepada sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Segenap dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Untuk kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.

4. Teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu melancarkan dalam penyusunan skripsi.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, maka dari itu tidak lepas selalu ada saran dan kritik membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Sekali lagi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan kepada para pembaca pada umumnya.



Kebumen, 4 April 2024

Penulis,

Ita Nurol Leni
NIM. 205504322

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
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
BAB II.....	17
KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Teori	17
2.1.1 Variabel Keputusan Pembelian.....	17
2.1.1 Variabel Cita Rasa.....	21
2.1.2 Variabel Citra Merek.....	24

2.1.3	Variabel Kemasan Produk.....	28
2.2	Penelitian Terdahulu.....	31
2.3	Hubungan Antar Variabel.....	36
2.4	Model Empiris	39
2.5	Hipotesis	40
BAB III.....		42
METODE PENELITIAN.....		42
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	42
3.1.1	Objek Penelitian.....	42
3.1.2	Subjek Penelitian.....	42
3.2	Variabel Penelitian.....	42
3.3	Definisi Operasional Variabel.....	43
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	49
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1	Jenis Data	52
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Populasi dan Sampel.....	53
3.7	Teknik Analisis.....	55
3.7.1	Analisis Deskriptif	55
3.7.2	Analisis Statistik.....	55
BAB IV		66
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		66
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1	Gambaran Umum Yogurt Cimory	66
4.2.	Analisis Statistik.....	71

4.2.1	Uji Instrumen	71
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	75
4.2.3	Uji Analisis Linear Berganda	80
4.2.4	Uji Hipotesis	81
4.3.	Pembahasan	85
4.3.1	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.3.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	86
4.3.3	Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	87
4.3.4	Pengaruh Cita Rasa, Citra Merek Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	88
4.3.5	Pengaruh Uji Koefisien Determinasi	88
BAB V	89
SIMPULAN	89
5.1.	Simpulan	89
5.2.	Keterbatasan	90
5.3.	Implikasi	90
5.3.1	Implikasi Praktis	90
5.3.2	Implikasi Teoritis	93
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top Brand.....	4
Tabel I-2 Pengeluaran Minuman Kesehatan Di Kebumen	6
Tabel I-3 Faktor Keputusan Pembelian.....	7
Tabel I-4 Daftar Varian Yogurt.....	9
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Variabel Cita Rasa.....	45
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Variabel Citra Merek.....	46
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Variabel Kemasan Produk.....	47
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	49
Tabel IV-1 Data Distribusi Kuesioner	67
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	68
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	69
Tabel IV-5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
Tabel IV-6 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	73
Tabel IV-7 Uji Validitas Cita Rasa	73
Tabel IV-8 Uji Validitas Citra Merek	73
Tabel IV-9 Uji Validitas Kemasan Produk	73
Tabel IV-10 Uji Reliabilitas.....	75
Tabel IV-11 Uji Multikolinearitas	76
Tabel IV-12 Uji Heterokedastisitas.....	77
Tabel IV-13 Uji Normalitas	79
Tabel IV-14 Uji Analisis Linear Berganda	80
Tabel IV-15 Uji t.....	82
Tabel IV-16 Uji F.....	84
Tabel IV-17 Uji Determinasi R ²	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Kerangka Teoritis	40
Gambar IV-1 Uji Scatterplot.....	78



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengisian Kuesioner
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Data Responden
- Lampiran 4 Tabulasi Data
- Lampiran 5 Uji Validitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8 Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 9 Tabel t
- Lampiran 10 Tabel r
- Lampiran 11 Tabel f
- Lampiran 12 Kartu Seminar Proposal
- Lampiran 13 Kartu Bimbingan Skripsi

