

## ABSTRAK

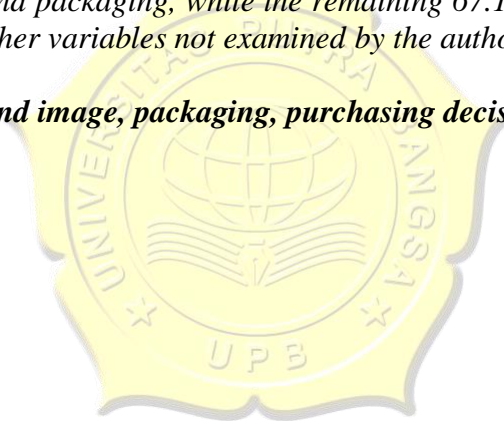
Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh cita rasa (*taste*), citra merek (*brand image*) dan kemasan (*packaging*) terhadap keputusan pembelian produk rokok merek Tenor di Kebumen. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Kebumen pada bulan Desember 2023 hingga Februari 2024. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis kuantitatif, analisis regresi linier berganda dan analisis koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 21. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk rokok merek Tenor, sedangkan variabel independennya adalah cita rasa (*taste*), citra merek (*brand image*) dan kemasan (*packaging*). Penelitian ini menggunakan data primer yang pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen rokok merek Tenor di Kabupaten Kebumen. dimana jumlah populasinya tidak diketahui. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan diperoleh sampel sejumlah lebih dari 96 sehingga dibulatkan menjadi 100 sampel. Hasil penelitian yang didapatkan dengan menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa secara parsial, cita rasa (*taste*) dan citra merek (*brand image*) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kemasan (*packaging*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, cita rasa (*taste*), citra merek (*brand image*) dan kemasan (*packaging*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan hasil data sebesar 32,9% yang dapat dijelaskan oleh cita rasa (*taste*), citra merek (*brand image*) dan kemasan (*packaging*), sedangkan sisanya sebesar 67,1% dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

***Kata kunci: cita rasa, citra merek, kemasan, keputusan pembelian***

## **ABSTRACT**

*The research aims to examine the influence of taste, brand image and packaging on purchasing decisions for Tenor brand cigarette products in Kebumen. This research was conducted in Kebumen Regency from December 2023 to February 2024. In this research, researchers used quantitative analysis, multiple linear regression analysis and coefficient of determination analysis with the help of SPSS 21. The dependent variable in this research was the decision to purchase Tenor brand cigarette products, while the independent variables are taste, brand image and packaging. This research uses primary data where data collection uses a questionnaire. The population in this study were all consumers of Tenor brand cigarettes in Kebumen Regency, where the population size is unknown. The sampling technique used was purposive sampling and a sample of more than 96 was obtained so it was rounded up to 100 samples. The research results obtained using the *t* test and *F* test show that partially, taste and brand image do not have a positive and significant effect on purchasing decisions, while packaging has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, taste, brand image and packaging influence purchasing decisions. In the coefficient of determination test, the data obtained was 32.9% which could be explained by taste, brand image and packaging, while the remaining 67.1% could be explained by the influence of other variables not examined by the author.*

**Keywords:** *taste, brand image, packaging, purchasing decisions*



## **MOTTO**

*Barang siapa ingin memperoleh kebahagiaan dunia maka kuasailah ilmu. Barang siapa ingin memperoleh kebahagiaan akhirat kuasailah ilmu. dan barang siapa ingin mendapatkan kebahagiaan keduanya, maka kuasailah ilmu.*

*Ngelmu, angel nek durung ketemu.*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, keikhlasan dan kekuatan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua Orangtua saya, Bapak Muchamad Chalim (alm) dan Ibu Salamah (alm) serta keluarga saya yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan material maupun non material. Semoga ini menjadi bagian dari kebahagiaan beliau. Terima kasih untuk semua dukungan yang diberikan selama ini membuat penulis bersemangat.
2. Istri saya, Muntadimatud Diana yang selalu memberikan semangat.
3. Sahabat-sahabat terbaik penulis yang senantiasa saling memberikan semangat dan saling mengingatkan penulis ucapkan banyak terimakasih.
4. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya untuk program Studi Manajemen S-1.
5. Almamater saya yang tercinta, Universitas Putra Bangsa Kebumen.
6. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

## KATA PENGANTAR

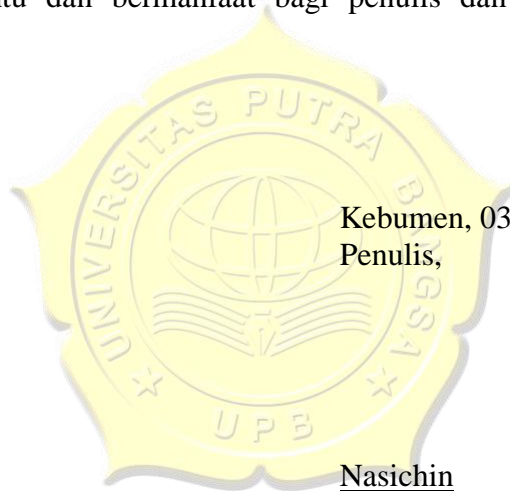
Puji syukur keadirat Allah SWT atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH CITA RASA, CITRA MEREK DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ROKOK MEREK TENOR DI KEBUMEN**". Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Strata I Manajemen pada Universitas Putra Bangsa Kebumen dan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Ucapan terimakasih ini khusus penulis tujukan kepada:

1. Kedua Orangtua saya, Bapak Muchamad Chalim (alm) dan Ibu Salamah (alm) serta keluarga saya yang selalu memberikan doa, motivasi, dukungan material maupun non material. Semoga ini menjadi bagian dari kebahagiaan beliau. Terima kasih untuk semua dukungan yang diberikan selama ini membuat penulis bersemangat.
2. Istri saya, Muntadimatud Diana yang selalu memberikan semangat.
3. Bapak Muhamad Baihaki, SE. MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak waktu, petunjuk dan saran bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Sahabat-sahabat terbaik penulis yang senantiasa saling memberikan semangat dan saling mengingatkan penulis ucapkan banyak terimakasih.

5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018 khususnya untuk program Studi Manajemen S-1.
6. Almamater saya yang tercinta, Universitas Putra Bangsa Kebumen.
7. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini membantu dan bermanfaat bagi penulis dan para pembaca pada umumnya.



Kebumen, 03 April 2024  
Penulis,

Nasichin  
NIM: 185503583

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG SKRIPSI .....	1
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	15
1.5 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Teori .....	17
2.1.1 Cita Rasa ( <i>Taste</i> ).....	17
2.1.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	21
2.1.3 Kemasan ( <i>Packaging</i> ).....	25
2.1.4 Keputusan Pembelian.....	39
2.2 Penelitian Terdahulu.....	45
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	50
2.3.1 Hubungan Cita Rasa ( <i>Taste</i> ) dan Keputusan Pembelian.....	50
2.3.2 Hubungan Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dan Keputusan Pembelian.....	52
2.3.3 Hubungan Kemasan ( <i>Packaging</i> ) terhadap Keputusan Pembelian.....	52
2.4 Model Empiris.....	55
2.5 Hipotesis.....	56
BAB III METODE PENELITIAN.....	62
3.1 Objek dan Subyek Penelitian.....	62
3.1.1 Objek Penelitian .....	62
3.1.2 Subjek Penelitian.....	62
3.2 Variabel Penelitian .....	62
3.2.1 Variabel <i>Dependent</i> (Terikat).....	62
3.2.2 Variabel <i>Independent</i> (Bebas).....	63
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	63
3.3.1 Cita Rasa ( <i>Taste</i> ) (X1).....	63

3.3.2	Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) (X2) .....	64
3.3.3	Kemasan ( <i>Packaging</i> ) (X3).....	65
3.3.4	Keputusan Pembelian .....	66
3.4	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	67
3.5	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.5.1	Jenis Data .....	69
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data .....	70
3.6	Populasi dan Sampel Penelitian .....	70
3.6.1	Populasi Penelitian .....	70
3.6.2	Sampel Penelitian.....	71
3.6.3	Teknik Analisis .....	73
3.6.4	Alat Analisis .....	74
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>88</b>
4.1	Gambaran Umum Produk.....	88
4.1.1	PT. Mercuri Pantura Industry .....	88
4.1.2	Produk Rokok Tenor .....	88
4.2	Analisis Deskriptif.....	89
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	89
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	90
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	91
4.3	Analisis Statistik.....	92
4.3.1	Uji Instrumen Validitas .....	92
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	95
4.3.3	Uji Asumsi Klasik .....	96
4.3.4	Uji Hipotesis.....	102
4.4	Pembahasan.....	107
4.4.1.	Pengaruh Cita Rasa ( <i>Taste</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Tenor .....	107
4.4.2.	Pengaruh Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Tenor .....	108
4.4.3.	Pengaruh Kemasan ( <i>Packaging</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Tenor .....	109
4.4.4.	Pengaruh Cita Rasa ( <i>Taste</i> ), Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) dan Kemasan ( <i>Packaging</i> ) terhadap Keputusan Pembelian Rokok Merek Tenor .....	110
<b>BAB V</b>	<b>SIMPULAN</b> .....	<b>111</b>
5.1	Simpulan.....	111
5.2	Keterbatasan .....	111
5.3	Implikasi.....	112
5.3.1	Implikasi Praktis.....	112
5.3.2	Implikasi Teoritis .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>116</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....		<b>121</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi pada Konsumen Rokok Merek Tenor .....	2
Tabel II- 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	48
Tabel III- 1 Indikator Cita Rasa pada Kuesioner .....	64
Tabel III- 2 Indikator Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) pada Kuesioner.....	65
Tabel III- 3 Indikator Kemasan Pada Kuesioner.....	66
Tabel III- 4 Indikator Keputusan Pembelian Pada Kuesioner.....	67
Tabel IV- 1 Kapasitas Produksi PT. Mercu Pantura Industry per Tahun .....	88
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	90
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	91
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	91
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa (Taste).....	93
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (Brand Image) .....	93
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan ( <i>Packaging</i> ).....	94
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	94
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas .....	95
Tabel IV- 11 Hasil Uji Multikolinieritas.....	96
Tabel IV- 12 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogrov .....	100
Tabel IV- 13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	101
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	103
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	105
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	107

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	56
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	97
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	99



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian .....	122
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	127
Lampiran 3 Uji validitas.....	131
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas .....	133
Lampiran 5 Hasil Uji Multikolinieritas.....	134
Lampiran 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	134
Lampiran 7 Hasil Uji Park .....	134
Lampiran 8 Hasil Uji Normalitas P-P Plot.....	135
Lampiran 9 Hasil Uji Normalitas Data .....	135
Lampiran 10 Hasil Koefisien Derterminasi .....	136
Lampiran 11 Hasil Uji t.....	136
Lampiran 12 Hasil Uji F .....	136
Lampiran 13 Kartu Konsultasi Skripsi.....	137
Lampiran 14 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi .....	138

