

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KEMASAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL MEREK
CLEO DI CV TIRTA JAYA MAKMUR
SINGARAJA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada
Universitas Pendidikan Ganesha
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi**



**OLEH
KADEK ARDIKA
NIM 1817041188**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2022

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT – SYARAT
UNTUK MENCAPAI GELAR SARJANA EKONOMI**

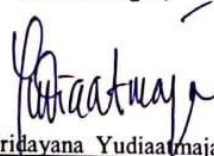
Menyetujui

Pembimbing I,



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, SE.,M.Si.
NIP. 197611102014042001

Pembimbing II,



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

Skripsi oleh Kadek Ardika
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 11 Mei 2022

Dewan Penguji,



Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si
NIP. 197611102014042001

(Ketua)



Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc
NIP. 197404122010121001

(Anggota)



Dr. I Nengah Suarnanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 19850220201021007

(Anggota)

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana ekonomi

Pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 11 Mei 2022

Mengetahui,

Ketua Ujian



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001

Sekretaris Ujian



Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M.
NIP. 198309212015041001

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha



Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak, M.Si.
NIP. 197906162002121003

MOTTO

*"Tidak Ada Pekerjaan
Yang Mudah Jika Tidak
Dikerjakan"*



KATA PERSEMBAHAN

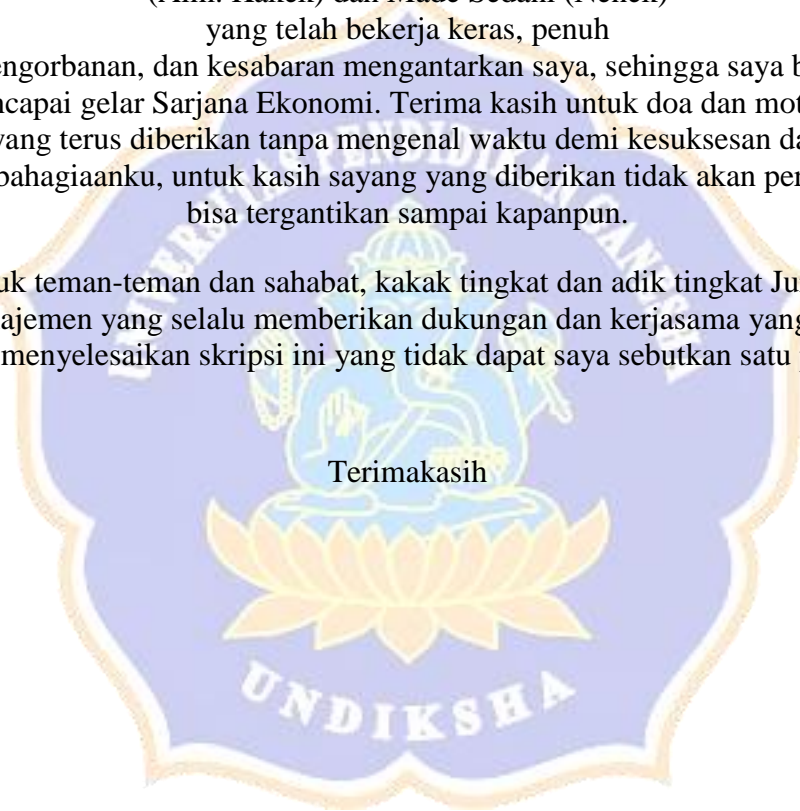
Puji syukur saya panjatkan ke hadapan Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas anugrah dan karunia yang diberikan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Kepada pembimbing Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. dan Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. yang selalu penuh tanggung jawab, memberikan bimbingan, saran dan pengarahan hingga setiap goresan tinta yang penuh arti dituangkan dalam skripsi ini, telah mengantarkanku pada kelulusan.

Keluarga tercinta, Nyoman Redika (Bapak), Made Sri Mariati (Ibu), Ketut Kendra (Alm. Kakek) dan Made Sedani (Nenek) yang telah bekerja keras, penuh pengorbanan, dan kesabaran mengantarkan saya, sehingga saya bisa mencapai gelar Sarjana Ekonomi. Terima kasih untuk doa dan motivasi yang terus diberikan tanpa mengenal waktu demi kesuksesan dan kebahagiaanku, untuk kasih sayang yang diberikan tidak akan pernah bisa tergantikan sampai kapanpun.

Untuk teman-teman dan sahabat, kakak tingkat dan adik tingkat Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Terimakasih



PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja” beserta seluruh isinya adalah benar – benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 12 Mei 2022

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular revenue stamp. The stamp is yellow and features the Garuda Pancasila emblem at the top. The text on the stamp includes "1000" in large numbers, "METERAI TEMPEL" in smaller letters, and a unique alphanumeric code "FC7D1AJX729883306" at the bottom.

Kadek Ardika
Nim.1817041188

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Ida Sang Hyang Widhi Wasa, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan sebuah karya tulis berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja”. Adapun tujuan dari penulisan ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Skripsi ini dapat terselesaikan atas bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

- 1) Prof. Dr. I Nyoman Jampel, M.Pd. selaku Rektor Universitas Pendidikan Ganesha.
- 2) Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.,M.Si, Ak.,CA.,CPA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
- 3) Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E.,M.Si . Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 4) Komang Krisna Heryanda, S.E.,M.M selaku Koordinator Program Studi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha.
- 5) Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E.,M.Si selaku Pembimbing I sekaligus Pembimbing Akademik yang dengan segala ketulusan dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan sampai terselesainya skripsi ini.
- 6) Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc selaku Pembimbing II yang dengan segala ketulusan dan kesabaran telah membimbing dan mengarahkan sampai terselesainya skripsi ini.
- 7) Bapak dan ibu dosen di Jurusan Manajemen yang selalu membimbing dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
- 8) Pihak CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja yang telah bersedia memberikan izin untuk penulis sebagai lokasi penelitian, serta para distributor air CLEO yang membantu pengisian kuesioner penelitian, sehingga dapat memperlancar penyelesaian skripsi.

- 9) Kepala Tata Usaha Fakultas Ekonomi beserta semua staf yang telah membantu penulis dalam proses penginputan nilai serta memberikan informasi yang berkaitan tentang perkuliahan.
- 10) Kepala Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha beserta staf yang telah memberikan kemudahan pelayanan peminjaman buku-buku yang dibutuhkan selama penyusunan skripsi.
- 11) Kepada Ayah dan Ibu tercinta, Nyoman Redika dan Made Sri Mariati, serta kakak tersayang Gede Suardika, dan adik tersayang Komang Ayu Restiani yang tiada henti memberikan semangat, motivasi, dorongan moral dan doa yang terbaik untuk saya dalam menyelesaikan studi dan skripsi.
- 12) Teman dan sahabat saya: Feri, Riski, Gung wah, Edi, Cok, Mahadita, dan teman-teman kelas C Manajemen tahun 2018 lainnya serta mahasiswa Jurusan Manajemen yang turut memberikan motivasi dan semangat dalam menyelesaikan skripsi.
- 13) Ni Made Dewi Susilawati yang selalu setia menemani dan memberi support yang membangun dalam menyelesaikan skripsi ini.
- 14) Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan skripsi.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa apa yang tersaji dalam skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena segala keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka dari itu penulis mengharapkan saran dan perbaikan dari para pembaca sebagai bahan masukan bagi penulis di masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Singaraja, 11 Mei 2022

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	7
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Deskripsi Teoritis.....	10
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	10
2.1.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	11
2.1.1.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 <i>Brand Image</i>	12
2.1.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i>	12
2.1.2.2 Dimensi <i>Brand Image</i>	13
2.1.2.3 Indikator <i>Brand Image</i>	14
2.1.3 Kemasan.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kemasan.....	14

2.1.3.2 Dimensi Kemasan	15
2.1.3.3 Indikator Kemasan	15
2.2 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	16
2.3 Hubungan Antar Variabel	18
2.3.1 Hubungan <i>Brand Image</i> dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	18
2.3.2 Hubungan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	19
2.3.3 Hubungan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	20
2.4 Kerangka Berpikir	20
2.5 Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	23
3.2 Rancangan Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	24
3.4 Subjek dan Objek	24
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.7 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	27
3.7.1 Metode Pengumpulan Data	27
3.7.2 Instrumen Pengumpulan Data	27
3.8 Metode dan Teknik Analisis Data	29
3.8.1 Uji Asumsi Klasik	30
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda	31
3.8.3 Koefisien Determinasi (R^2)	32
3.9 Pengujian Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Data	35
4.2 Pengujian Asumsi Klasik	37

4.2.1 Uji Asumsi Klasik	37
4.3 Pengujian Hipotesis.....	41
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
4.3.2 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	43
4.3.3 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	44
4.3.4 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	46
4.4.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja. 46	
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja.....	47
4.4.3 Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Merek CLEO di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja.....	48
4.5 Keterbatasan Penelitian	49
4.6 Implikasi	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Rangkuman.....	51
5.2 Simpulan.....	53
5.3 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data <i>Top Brand Index</i> Kategori Air Minum Dalam Kemasan Beroksigen.....	4
Tabel 1.2 Data Penjualan Air Mineral Merek CLEO	5
Tabel 2.1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	16
Tabel 3.1 Variabel, Konsep Variabel, Indikator dan Skala Ukur	26
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas.....	28
Tabel 3.3 Hasil Uji Reliabilitas.....	29
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pembelian.....	37
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikoleniaritas	40
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Simultan.....	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	22
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Menggunakan P-plot.....	38
Gambar 4.2 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas menggunakan Scatterplot...	41
Gambar 4.3 Struktur Hubungan Pengaruh <i>Brand Image</i> dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja.....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Data Top <i>Brand Index</i> Kategori air minum dalam kemasan Beroksigen	61
Lampiran 02 Data Penjualan di CV Tirta Jaya Makmur Singaraja	61
Lampiran 03 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 04 Data Kuesioner	66
Lampiran 05 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Brand Image, Kemasan, Keputusan Pembelian.....	74
Lampiran 06 Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik.....	77
Lampiran 07 Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Lampiran 08 Hasil Output SPSS Karakteristik Responden.....	80

