

**PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN
BESUKI KABUPATEN SITUBONDO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi
Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

Yogi Maha Hendra

18.104.11.262

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2022

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yogi Maha Hendra
NIM : 1810411262
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul: PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO, adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada instansi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 02 Juli 2022
Yang menyatakan,



Yogi Maha Hendra
NIM. 1810411262



**PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN
BESUKI KABUPATEN SITUBONDO**

Oleh :

Yogi Maha Hendra

18.104.11.262

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama

: Wahyu Eko Setianingsih SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping

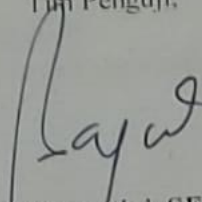
: Tatit Diansari Reskiputri SE., MM

PENGESAHAN

Skripsi berjudul: PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada :

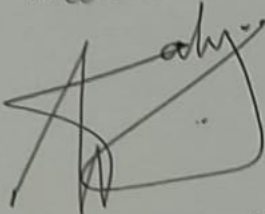
Nama : Yogi Maha Hendra
NIM : 18104111262
Hari : Sabtu
Tanggal : 02 Juli 2022
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,



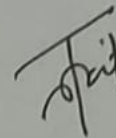
Bayu Wijayantini, SE., MM.
NPK : 1979021711009661

Anggota 1,



Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM
NPK : 1979120811503633

Anggota 2,



Tatit Diansari Reskiputri, SE., MM
NPK : 1990032111703804

Mengesahkan :

Dekan,



Maheni Ika Sari, SE., MM
NIP : 197708112005012001

Ketua Program Studi,



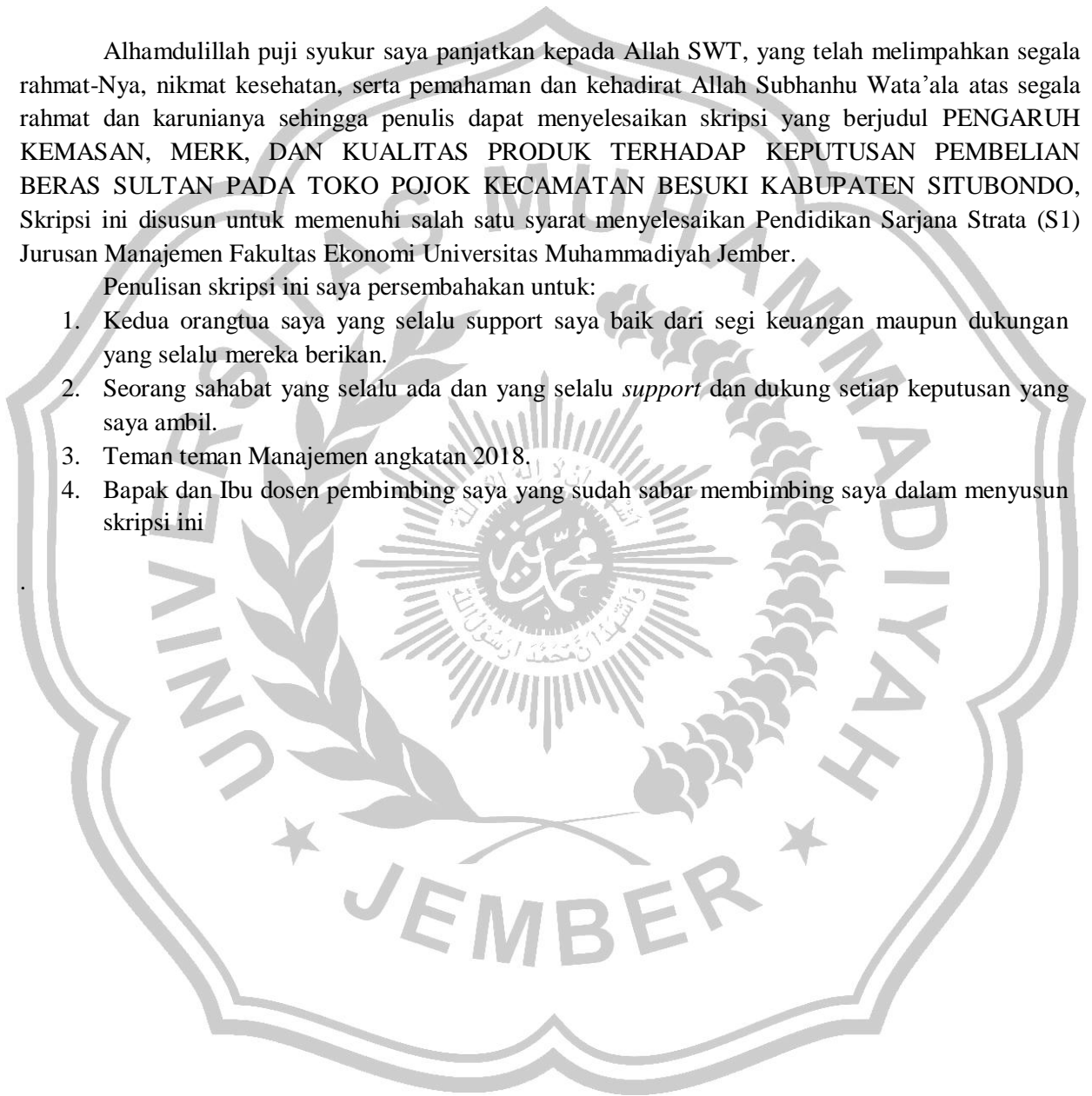
A. Hasan Hafidzi, SE., MM
NPK : 19860514.1.1703796

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya, nikmat kesehatan, serta pemahaman dan kehadiran Allah Subhanhu Wata'ala atas segala rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO, Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Pendidikan Sarjana Strata (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orangtua saya yang selalu support saya baik dari segi keuangan maupun dukungan yang selalu mereka berikan.
2. Seorang sahabat yang selalu ada dan yang selalu *support* dan dukung setiap keputusan yang saya ambil.
3. Teman teman Manajemen angkatan 2018.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing saya yang sudah sabar membimbing saya dalam menyusun skripsi ini





“Hai orang-orang beriman apabila dikatakan kepadamu: “Berlapang-lapanglah dalam majelis”, maka lapangkanlah niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan: “Berdirilah kamu”, maka berdirilah, niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. Dan Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

(QS. Surat Al-Mujadalah ayat: 11)

"Barangsiapa yang hendak menginginkan dunia, hendaklah ia menguasai ilmu. Barangsiapa menginginkan akhirat hendaklah ia menguasai ilmu, dan barangsiapa yang menginginkan keduanya (dunia dan akhirat) hendaklah ia menguasai ilmu,"

(HR Ahmad).

"Pengetahuan yang baik adalah yang memberikan manfaat, bukan hanya diingat."

(Imam Syafi'i)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kupersembahkan hanya pada ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat, karunia serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul PENGARUH KEMASAN, MERK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS SULTAN PADA TOKO POJOK KECAMATAN BESUKI KABUPATEN SITUBONDO. Skripsi ini merupakan karya penulis dan merupakan salah satu syarat dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam penyusunan hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis menyadari telah banyak pihak yang membantu, membimbing dan mendorong serta memberi semangat pada penulis. Penulis sadar tanpa bantuan dari berbagai pihak, penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini. Untuk itulah pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada

1. Ibu Maheni Ika Sari, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibu Wahyu Eko Setianingsih SE., MM, selaku dosen pembimbing I dan
3. Ibu Tatit Diansari Reskiputri SE., MM selaku dosen pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Ayah dan Ibu saya yang selalu mensupport dalam segala hal
6. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberi bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam menyusun skripsi ini.

Atas amal baik yang telah diberikan pada penulis semoga Allah SWT memberikan balasan yang sesuai dan semoga rahmat serta hidayah-Nya diberikan kepada kita semua. Besar harapan penulis semoga skripsi ini berguna bagi penulis khususnya dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jember, 02 Juli 2022

Penulis



| | |
|---|-------------|
| PERNYATAAN | i |
| PENGESAHAN | iii |
| PERSEMBAHAN | iv |
| MOTTO | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| BAB 1 | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 5 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 5 |
| BAB 2 | 6 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 6 |
| 2.1 Tinjau Teori..... | 6 |
| 2.1.1 Pengertian Pemasaran..... | 6 |
| 2.1.2 Konsep Pemasaran..... | 6 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen..... | 7 |
| 2.1.4 Kemasan..... | 7 |
| 2.1.5 Merek..... | 10 |
| 2.1.6 Kualitas Produk | 12 |
| 2.1.7 Keputusan pembelian..... | 14 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 17 |
| 2.3 Kerangka Konseptual..... | 21 |
| 2.4 Hipotesis | 22 |
| 2.4.1 Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian | 22 |
| 2.4.2 Pengaruh Merk Terhadap Keputusan Pembelian | 23 |
| 2.4.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 23 |
| BAB 3 | 25 |
| METODE PENELITIAN | 25 |
| 3.1 Identifikasi Variabel | 25 |
| 3.2 Definisi Operasional Variabel..... | 25 |
| 3.2.1 Kemasan (X1) | 25 |
| 3.2.2 Merek (X2)..... | 25 |
| 3.2.3 Kualitas Produk (X3)..... | 25 |
| 3.2.4 Keputusan Pembelian (Y) | 26 |
| 3.3 Desain Penelitian..... | 26 |
| 3.4 Jenis Data..... | 26 |

| | | |
|-----------------------------|---|-----------|
| 3.4.1 | Data Primer | 26 |
| 3.4.2 | Data Sekunder | 26 |
| 3.5 | Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel | 26 |
| 3.5.1 | Populasi | 26 |
| 3.5.2 | Sampel | 27 |
| 3.5.3 | Teknik Pengambilan Sampel | 27 |
| 3.6 | Teknik Pengumpulan Data | 27 |
| 3.7 | Teknik Analisis Data | 28 |
| 3.7.1 | Statistik Deskriptif | 28 |
| 3.7.2 | Uji Instrumen | 28 |
| 3.7.3 | Analisis Regresi Linier Berganda | 29 |
| 3.7.4 | Uji Asumsi Klasik | 29 |
| 3.7.5 | Uji Hipotesis | 30 |
| 3.7.6 | Koefisien Determinasi Berganda (R^2) | 31 |
| BAB 4 | | 32 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | | 32 |
| 4.1 | Gambaran Umum Objek Penelitian | 32 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Toko Pojok Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo | 32 |
| 4.1.2 | Aspek Pemasaran | 32 |
| 4.1.3 | Aspek Sumber Daya Manusia | 33 |
| 4.2 | Hasil Analisis Data | 33 |
| 4.2.1 | Hasil Statistik Dekriptif | 33 |
| 4.2.2 | Hasil Uji Instrumen Data | 42 |
| 4.2.3 | Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 43 |
| 4.2.4 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 44 |
| 4.2.5 | Hasil Uji Hipotesis | 46 |
| 4.2.6 | Hasil Koefisien Determinasi Berganda (R^2) | 47 |
| 4.3 | Pembahasan | 47 |
| 4.3.1 | Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian | 47 |
| 4.3.2 | Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian | 48 |
| 4.3.3 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 48 |
| BAB 5 | | 50 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | | 50 |
| 5.1 | Kesimpulan | 50 |
| 5.2 | Saran | 50 |

DAFTAR PUSTAKA51
Lampiran-Lampiran.....57



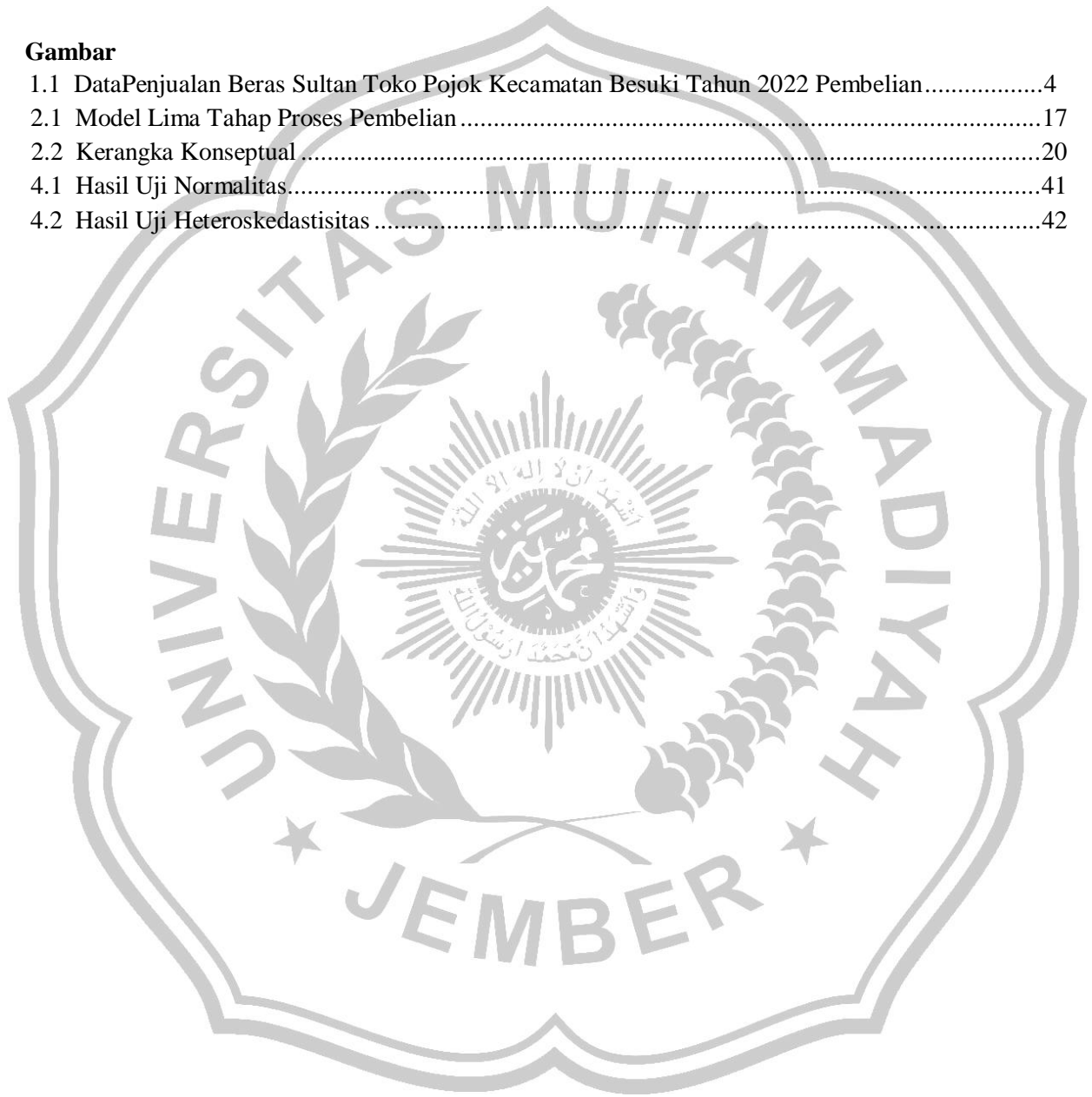
Tabel

| | | |
|------|--|----|
| 1.1 | Macam-Macam Beras Yang Jual Di Toko | 4 |
| 1.2 | Penelitian Terdahulu | 17 |
| 4.1 | Penjualan Beras Sultan Pada Toko Pojok Kecamatan Besuki 2022 | 30 |
| 4.2 | Karakteristik Berdasarkan Umur Konumen..... | 31 |
| 4.3 | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 31 |
| 4.4 | Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pembelian Produk | 31 |
| 4.5 | Kemasan (X1)..... | 32 |
| 4.6 | Kemasan (X1)..... | 32 |
| 4.7 | Kemasan (X1)..... | 33 |
| 4.8 | Merek (X2) | 33 |
| 4.9 | Merek (X2) | 34 |
| 4.10 | Merek (X2) | 34 |
| 4.11 | Merek (X2) | 35 |
| 4.12 | Kualitas Produk (X3)..... | 35 |
| 4.13 | Kualitas Produk (X3)..... | 36 |
| 4.14 | Kualitas Produk (X3)..... | 36 |
| 4.15 | Kualitas Produk (X3)..... | 37 |
| 4.16 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 37 |
| 4.17 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 38 |
| 4.18 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 38 |
| 4.19 | Keputusan Pembelian (Y)..... | 38 |
| 4.20 | Hasil Uji Validitas | 39 |
| 4.21 | Hasil Uji Reliabilitas | 40 |
| 4.22 | Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 40 |
| 4.23 | Hasil Uji Multikolonieritas | 42 |
| 4.24 | Hasil Uji t | 43 |
| 4.25 | Hasil Uji Koefisien Determinasi R ² | 44 |

DAFTAR GAMBAR

Gambar

| | |
|--|----|
| 1.1 DataPenjualan Beras Sultan Toko Pojok Kecamatan Besuki Tahun 2022 Pembelian..... | 4 |
| 2.1 Model Lima Tahap Proses Pembelian..... | 17 |
| 2.2 Kerangka Konseptual..... | 20 |
| 4.1 Hasil Uji Normalitas..... | 41 |
| 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 42 |





1. Kuesioner Penelitian
2. Hasil Statistik Dekskriptif
3. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas
4. Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
6. Surat Keterangan Penelitian
7. Dokumentasi



DAFTAR PUSTAKA

Refrensi Buku

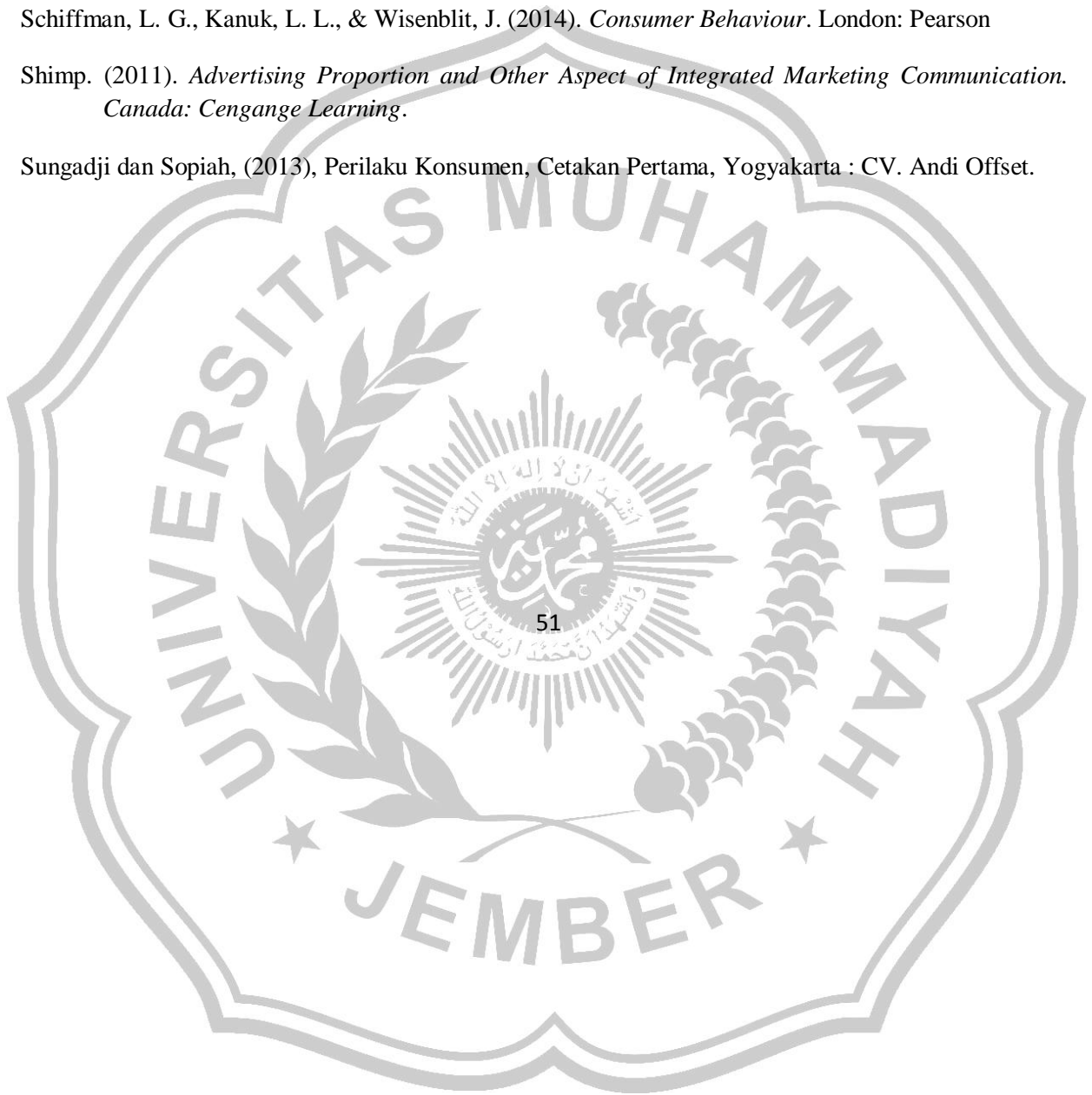
- Christy, P., & Ellyawati. (2015). Pengaruh Desain Kemasan pada Impulsive Buying. e-journal.
- Ferdinand, Agusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. BP Univeritas Diponegoro. Semarang.
- Ghozali dan Imam, (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS. BP Universitas Diponegoro. Semarang
- Hasan, Ali. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Edisikedua. Jakarta : Center for Academic Publishing Service.
- Keller, K. L. (2013). Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson Education.
- Kotler, Amstrong. (2016). *Principles of marketing sixteen edition global edition. England. Pearson education limited.*
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong, (2014): Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. (2008). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Qomariah, Nurul. 2016. "Marketing Adactive Strategy". Jilid 1, Jember: Cahaya Ilmu.
- Rangkuti. 2010 . Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia.

Sangadji, E.M, 2013. *PerilakuKonsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Wisenblit, J. (2014). *Consumer Behaviour*. London: Pearson

Shimp. (2011). *Advertising Proportion and Other Aspect of Integrated Marketing Communication*.
Canada: Cengage Learning.

Sungadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.



Refrensi Jurnal Ilmiah

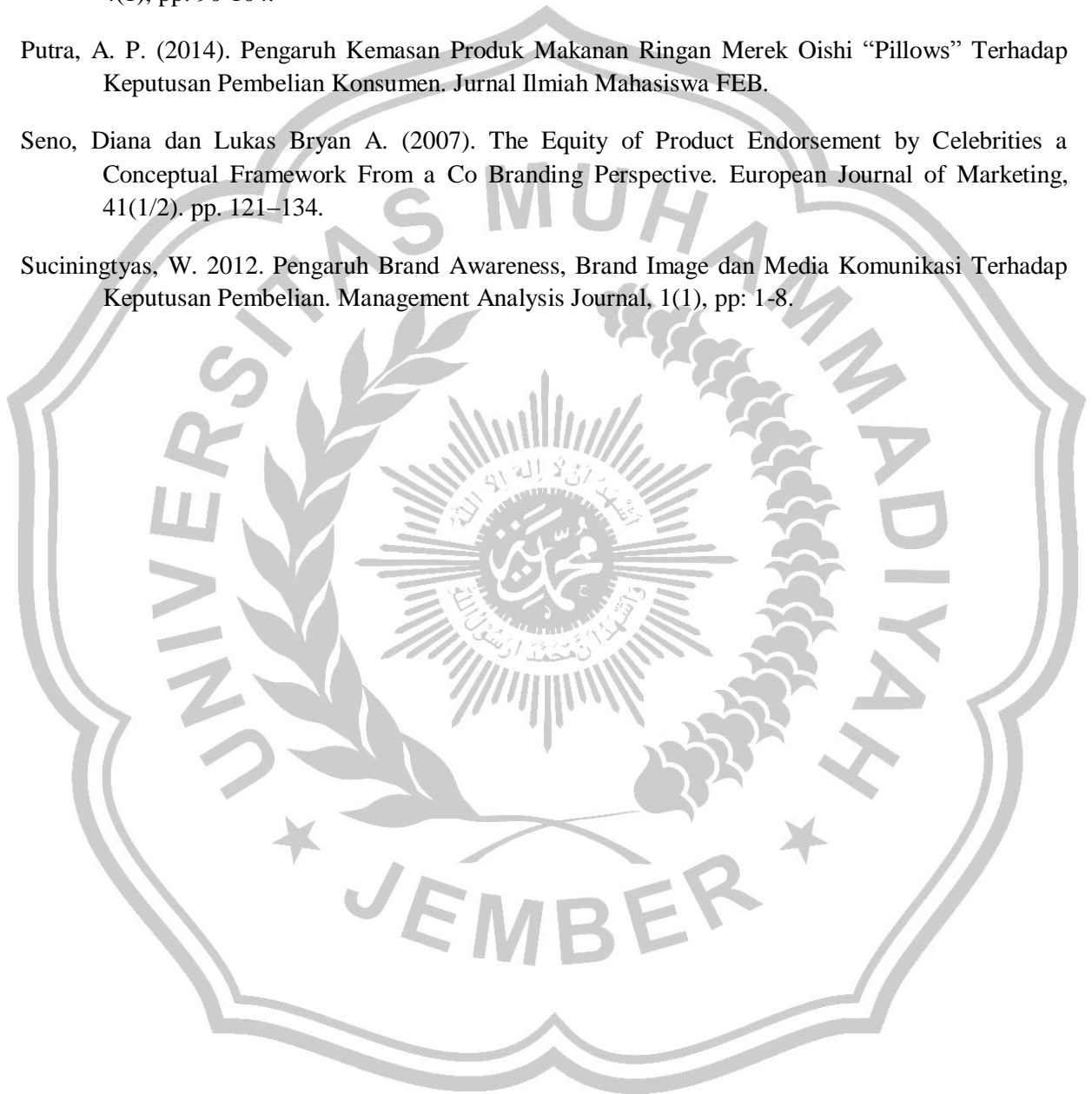
- Adil, Maikul. 2012. The Influence Of Brand Image On Sales. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(4), pp: 3552-3556.
- Akbar, A. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba. Fakultas Ekonomi. Jurusan Manajemen Universitas Gunadarma, Jakarta.
- Alif, R. (2019). *Pengaruh Harga , Citra Merek dan Pemulihan Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomsel pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening.*
- Astuti, sri wulan. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Flashdisk Merek Kingston Pada Mahasiswa.* (X), 1-5. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Bastian, Danny Alexander. 2014. Analisa Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) dan Kepercayaan Merek (*Brand Trust*) terhadap Loyalitas Merek (*Brand Loyalty*) Ades PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Volume: II; 1-9).
- Huriartanto, Aditya, Hamid, Djamhur dan Shanti, Pravissi. (2015). Pengaruh Motivasi dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat (Survei Pada Konsumen Terminal Tiket Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Volume XXVIII;158-165).
- Indrawati. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*. Volume I; 25-35).
- Lubis, D. I. D., & Hidayat, R. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. 5(1), 15-24.
- Nugroho, Farid Yuniar. 2011. Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Perilaku Konsumen Rumah Makan Gudeg Pawon Di Janturan Umbulharjo). *Skripsi*. Jakarta: Universitas Pembangunan Nasional "Veteran".
- Nurhayati, Siti. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*. Volume IV; 60-69).
- Purwanto, Heri. (2017) "Pengaruh Intensi Berwirausaha Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap

Kinerja Usaha (Studi Kasus di Sentra UMKM Pengrajin Teralis di Desa Jlamprang Kecamatan Wonosobo)”, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNSIQ*, 4(1), pp. 90-104.

Putra, A. P. (2014). Pengaruh Kemasan Produk Makanan Ringan Merek Oishi “Pillows” Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*.

Seno, Diana dan Lukas Bryan A. (2007). The Equity of Product Endorsement by Celebrities a Conceptual Framework From a Co Branding Perspective. *European Journal of Marketing*, 41(1/2). pp. 121–134.

Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Media Komunikasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1), pp: 1-8.



Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta CV 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Alafabeta CV

Sungadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama, Yogyakarta : CV. Andi Offset.

Tamon, G. M., Mandey, S. L., & Wenas, R. S. (2019). Strategi Promosi, Citra Merek Terhadap LoyalitasPelanggan Mobil Toyota (Studi Pada Konsumen Mobil Toyota Di Manado) Promotion Strategi, Brand Image Againts Toyota Car Customer Loyalty (Study on Toyota Car Consumers in Manado). *701 JurnalEMBA*, 7(1), 701–710.

Titik, Wijayanti. 2012. *Management Marketing Plan*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.

Widianingsih, N. (2019). *Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada KonsumenSepatu Ellen Queen Cibaduyut Bandung)*. 12–90.

Wijayanto, Indra dan Iriani, Sri Setyo. 2013. Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Volume I; 910-918).

Yu, Chih-Ching *et al.* 2013. *How Brand Image, Country Of Origin, And Self- Congruity Influence Internet Users Purchase Intention*. *National Taipei University. Social Behavior And Personality*, 41(4), pp: 599-614.