

**ANALISIS PENGARUH *HARDBALL* STRATEGI (DESAIN PRODUK,
TAGLINE DAN PESAN IKLAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ADES DI KABUPATEN JEMBER**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh gelar sarjana
Manajemen**



Oleh: CINTHIA DWI AMALIA

2010411257

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

2024

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

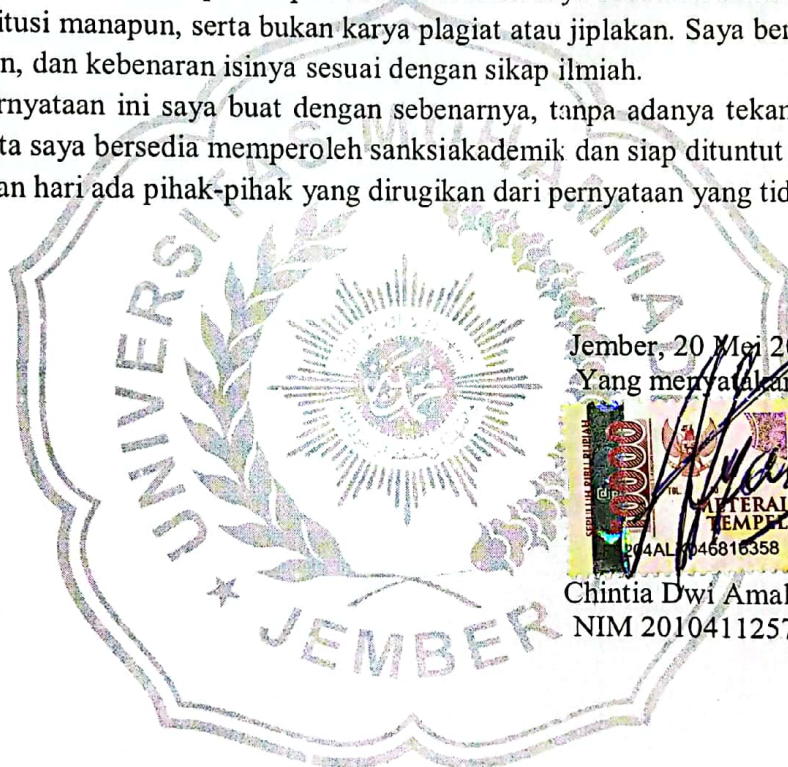
N a m : Chintia Dwi Amalia

N I M : 2010411257

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul : **ANALISIS PENGARUH *HARDBALL* STRATEGI (DESAIN PRODUK, *TAGLINE* DAN PESAN IKLAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANADES DI KABUPATEN JEMBER** adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi 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 di muka hukum, jika ternyata di kemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

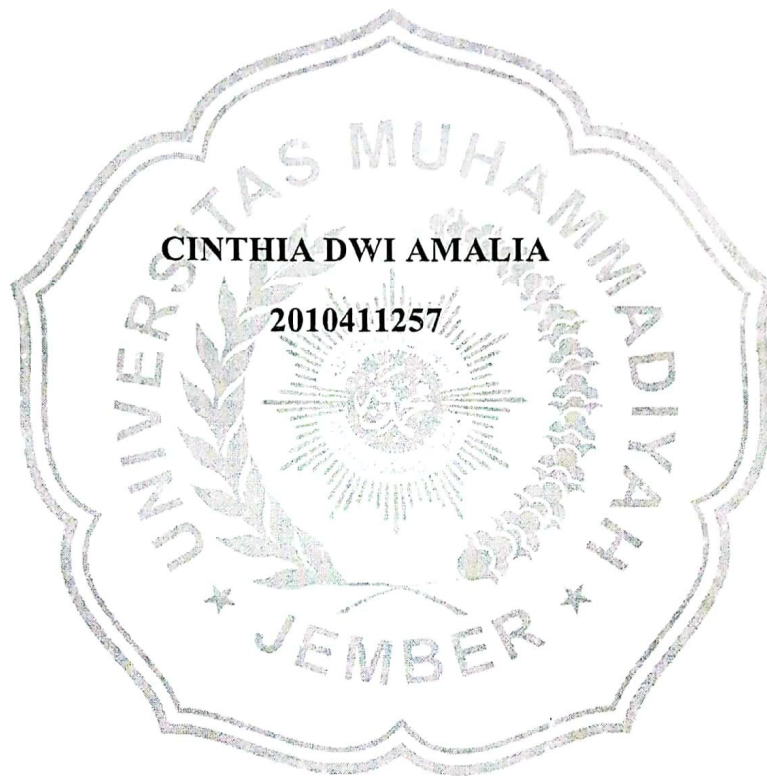


Jember, 20 Mei 2024
Yang menyatakan,



Chintia Dwi Amalia
NIM 2010411257

**ANALISIS PENGARUH *HARDBALL* STRATEGI (DESAIN PRODUK,
TAGLINE DAN PESAN IKLAN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
ADES DI KABUPATEN JEMBER**



CINTHIA DWI AMALIA

2010411257

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Muhammad Naely Azhad, M. Si

Dosen Pembimbing : Jekti Rahayu, SE., M. Si

LEMBAR PENGESAHAN


Skripsi berjudul ; Analisis pengaruh Hardball Strategi (Desain Produk, Tagline, dan Pesan Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Ades Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin

Tanggal : 20 Mei 2024

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji


Feti Fatimah, SE., MM.


NPK : 1979052510709622

Anggota 2,

Anggota 1,


Drs. Muhammad Naely Azhad, M. Si

NIP : 196612311993031006


Jekti Rahayu, SE., M.Si.

NPK : 1972071111703793

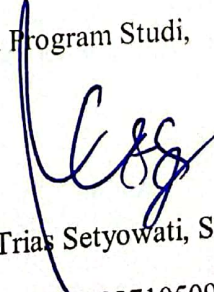
Mengesahkan :

Dekan,


Maheni Ika Sari, SE., M.M.

NIP. 197711082005012001

Ketua Program Studi,


Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM

NPK : 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasihNya sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini kami ucapkan banyak-banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan hidayah dan karunia-Nya sehingga, saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya,
2. Teruntuk Ibu, orang ter-special saya terimakasih atas kasih sayangnya, pengertiannya, penyemangatnya dan terimakasih karena selalu membimbing dan mengajarkan saya akan pentingnya kesabaran dan doa' yang selalu ibu sematkan dalam setiap langkah saya,
3. Teruntuk Ayah saya terimakasih atas segala kasih sayang yang engkau berikan, penyemangat saya tanpa menuntut apapun dan terimakasih karena menjadi garda terdepan disaat saya dalam masalah,
4. Teruntuk kakak saya, terima kasih karena menjadi pelindung saya dan terima kasih karena menjadi motivasi saya untuk bias selalu mengejar cita-cita saya,
5. Teman-teman satu angkatan seluruh mahasiswa Ekonomi 2020 terutama manajemen kelas B. Semoga sukses, jadilah lulusan-lulusan terbaik yang mampu memberikan warna dan kontribusi dimanapun kita berada kelak,
6. Sahabat-sahabat saya Yeni dan Sasti, terimakasih untuk 10 tahun selalu mendukung dan mendoakan saya walau terpisah oleh jarak, semoga kita dapat sukses bersama,
7. Teman-teman magang BSI, terimakasih telah berjuang bersama dan menjadi penyemangat untuk bersama-sama mengerjakan skripsi ini,
8. Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si, dan Jekti Rahayu SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas bimbingan yang diberikan hingga skripsi ini terselesaikan dengan lancar dan tepat waktu.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember serta dosen Universitas Muhammadiyah Gresik yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang tak ternilai harganya,
10. Almamater yang saya banggakan Universitas Muhammadiyah Jember,
11. Dan terima kasih untuk keluarga besar saya yang telah banyak mendukung dan mendoakan saya untuk menjadi orang yang benar dan sukses.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul Analisis Pengaruh Hardball Strategi (Desain Produk, Tagline, Pesan Iklan) Terhadap Keputusan Pembelian Ades di Kabupaten Jember dengan memuat bab I sampai dengan bab V. Bab I berisi pendahuluan, bab II berisi kajian pustaka dan hipotesis tindakan, bab III berisi metode penelitian, bab IV berisi hasil dan pembahasan penelitian, bab V berisi penutup. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT,
2. Orangtua yang telah membesarkan, mendidik, mendukung, menyayangi dan tiada hentinya memberikan semangat setiap hari serta doa yang tidak pernah terputus.
3. Dr. Hanafi M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember
4. Maheni Ika Sari, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember
5. Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM, selaku Kepala Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember
6. Feti Fatimah, SE., MM. selaku Dosen penguji yang telah memberikan koreksi dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si dan Jekti Rahayu, SE., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pikiran serta perhatiannya guna memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, terima kasih atas segala ilmu yang telah Bapak, Ibu dosen berikan.
9. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Jember, terimakasih atas kesempatan yang telah diberikan.
10. Semua pihak yang telah menjadi bagian penting dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih atas segala bantuannya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan dalam mencapai kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya menjadi prasyarat Strata satu (S1) semata akan tetapi penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pihak lain yang membutuhkan dan bisa memberikan manfaat bagi pembaca.

Jember, 5 Maret 2024

Chintia Dwi Amalia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
LEMBAR VALIDASI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	5
2.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.3 Konsep Hardball Strategi	8
2.4 Desain Kemasan.....	9
2.5 Tagline.....	10
2.6 Pesan Iklan.....	10
2.7 Penelitian Terdahulu	11
2.8 Kerangka Konseptual	15
2.9 Hipotesis	17
BAB 3 METODE PENELITIAN	19

3.1	Identifikasi Variabel.....	19
3.2	Definisi Operasional Variabel	19
3.3	Desain Penelitian	20
3.4	Jenis dan Pendekatan	21
3.5	Populasi Sampel.....	21
3.6	Sampel.....	21
3.7	Teknik Pengumpulan Sampel.....	22
3.8	Teknik Pengumpulan Data	22
3.9	Teknik Analisis Data.....	22
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	28
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan	28
4.2	Deskripsi Statistik Responden	28
4.3	Analisis Hasil Indeks Jawaban Responden	29
4.4	Hasil Analisis Data.....	38
4.4.1	Hasil Uji Instrumen Data	38
4.4.2	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	39
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	40
4.4.4	Hasil Uji Hipotesis	42
4.4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	44
4.5	Pembahasan	44
4.5.1	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.5.2	Pengaruh Tagline Terhadap Keputusan Pembelian.....	44
4.5.3	Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.5.4	Pengaruh Desain Produk, Tagline, dan Pesan Iklan	46
BAB 5.	KESIMPULAN DAN SARAN	49
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	49
	DAFTAR PUSTAKA.....	50
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Air Minum Dalam Kemasan 2019 – 2023	4
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	18
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	26
Tabel 4.3 Desain Kemasan (X1.1).....	27
Tabel 4.4 Desain Kemasan (X1.2).....	27
Tabel 4.5 Desain Kemasan (X1.3).....	28
Tabel 4.6 Desain Kemasan (X1.4)	28
Tabel 4.7 Desain Kemasan (X1.5).....	29
Tabel 4.8 <i>Tagline</i> (X2.1).....	29
Tabel 4.9 <i>Tagline</i> (X2.2).....	30
Tabel 4.10 <i>Tagline</i> (X2.3).....	30
Tabel 4.11 Pesan Iklan (X3.1).....	31
Tabel 4.12 Pesan Iklan (X3.2).....	31
Tabel 4.13 Pesan Iklan (X3.3).....	32
Tabel 4.14 Pesan Iklan (X3.4).....	32
Tabel 4.15 Pesan Iklan (X3.5).....	33
Tabel 4.16 Keputusan Pembelian (Y.1).....	33
Tabel 4.17 Keputusan Pembelian (Y.2).....	34
Tabel 4.18 Keputusan Pembelian (Y.3).....	34
Tabel 4.19 Keputusan Pembelian (Y.4).....	35
Tabel 4.20 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.22 Hasil Analisa Regresi Linear Berganda	37
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas.....	38
Tabel 4.24 Hasil Uji Multikolinieritas	39
Tabel 4.25 Hasil Uji T	40
Tabel 4.26 Hasil Uji F.....	41
Tabel 4.27 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²)	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	15
Gambar 4.1 Logo Ades	27
Gambar 4.2	27
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisi.....	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	49
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner	53
Lampiran 3 Hasil Uji Instrumen Data.....	61
Lampiran 4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	62
Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis	63

