

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMASAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus Pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)**

SKRIPSI



OLEH:
NADA AULIA
NIM : 112011362

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

**ANALISIS PENGARUH *BRAND IMAGE*, KEMASAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus Pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)**

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH:
NADA AULIA
NIM: 112011362

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Tugas Akhir/Skripsi :

Nama Mahasiswa : Nada Aulia
NIM : 112011362
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kemasan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kualitas Produk sebagai (Studi Kasus pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi, 11 Juli 2024

Pembimbing,



Dr. Nur Aeni., S.E., M.Si.
NIDN : 0405127503

SKRIPSI

***ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, KEMASAN, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN
KUALITAS PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)***

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Nada Aulia


112011362

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada hari jumat, tanggal 16, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.

SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji,
Dr. Surya Bintarti, S.E., M.M.
NIDN : 0423107203


Tanda Tangan



.....

Anggota Penguji,
Primaraga Sumantri Indra Wicaksana, S.Pd., S.E., M.M.
NIDN : 0417119003

Tanda Tangan



.....

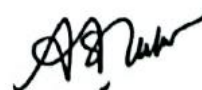
Mengetahui,

Ka. Prodi Manajemen

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yunita Ramadhani RDS., S.E., M.Sc.
NIDN : 0406068402



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.
NIDN : 0404046508

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nada Aulia
NIM : 112011362
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya sendiri.

Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Tugas Akhir/Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidan dan etika penulisan ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Tugas Akhir/Skripsi ini bukan hasil karya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang baerlaku.

Bekasi, 11 Juli 2024

Tanda tangan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow revenue stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. A serial number '7A6A1ALX331697392' is visible at the bottom of the stamp.

Nada Aulia

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Tidak ada balasan atas kebaikan kecuali kebaikan itu sendiri”

(Ar-Rahman:60)

“Never be so clever you forget to be kind,

Never be so kind you forget to be clever”

(Taylor Swift)

“Tidak apa-apa untuk menjadi bingung karena itu pertanda kita masih diberikan kesempatan hidup untuk menemukan jawabannya”

(Nada)

Dengan penuh rasa syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Dan juga sholawat serta salam tak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah memberikan cahaya dalam kehidupan di dunia ini, semoga syaafa'at Beliau selalu menyertai penulis, aamiin. Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh cinta kasih kepada:

1. Ayahanda Donni Bagus, Ibunda tercinta Aisah dan adik-adik saya yang selalu mendoakan saya sehingga sampai pada titik ini.
2. Dosen Pembimbing Ibu Dr. Nur'Aeni., S.E., M.SI dan Bapak/Ibu Dosen yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta teladan yang sangat berharga.
3. Teman-teman saya Novita Alin, Siti Mardiah, Dilla Nuramalia, Maria Ibanez, Putri Yesika, Afrilzal, Amelia Aprianti, Ajeng Aprilia, Nadiahtul Hasanah, Nurul Nasyiah, Masriyeh, Regina Permata, Yumi Indiyani dan orang-orang yang mendoakan serta menginginkan yang terbaik untuk saya.
4. Diri saya sendiri karena telah mampu melewati proses pengerjaan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt atas segala rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir/Skripsi yang membahas topik “Analisis Pengaruh Brand Image, Kemasan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)”. Tujuan enulisan Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi pada Fakultas ekonomi dan Bisnis di Universitas Pelita Bangsa.

Sehubungan dengan selesainya Tugas Akhir/Skripsi ini dapat diselesaikan berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada yang terhormat :

1. Allah Swt Yang Maha Esa yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat melancarkan proses penyusunan Tugas Akhir/Skripsi ini.
2. Ibu Dr. Nur'Aeni., S.E., M.Si selaku dosen Pembimbing Utama yang telah sabar dalam membimbing, bersedia meluangkan waktu, memberikan kemudahan, serta masukan kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
3. Ibu Yunita Ramadhani Ratnaningsih RDS, S.E., M.Sc. dan Bapak Wahid Hasyim., S.E., M.M selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa, beserta seluruh staf yang telah memberikan rekomendasi serta memfasilitasi penulis dalam Menulis Tugas Akhir/Skripsi Mahasiswa.
4. Ibu Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pelita Bangsa beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan izin dukungan moril maupun materil terhadap penulis.
5. Bapak Hamzah Muhammad M, SKM., M.M. selaku Rektor Universitas Pelita Bangsa.

6. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta membagi ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam pengembangan keilmuan maupun penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.
7. Orangtua yang telah mendidik, mendoakan, dan meridhoi jalan penulis dan membimbing dengan memberi tauladan serta penuh kesabaran. Semoga Allah SWT memberikan keberkahan dan kesehatan untuk keduanya dan menempatkan mereka di Jannah bersama orang-orang beriman. Aamiin Yaa Rabbal 'alamin.
8. Teman-teman angkatan 2020 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa terima kasih atas semua dukungan, pengalaman dan kenangan yang telah diberikan selama ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa hasil dari pengerjaan Tugas Akhir/Skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran terhadap Tugas Akhir/Skripsi ini. Semoga tugas Akhir/Skripsi ini kedepannya dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu di masa yang akan datang.

Bekasi, 03 Maret 2024

Penulis,

Nada Aulia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1. Landasan Teori	14
2.1.1 Keputusan Pembelian	14
2.1.2 <i>Brand Image</i>	15
2.1.3 Kemasan	16
2.1.4 Harga	17
2.1.5 Kualitas Produk	18
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	19
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	28
2.3.1 Hipotesis	28
2.3.2 Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	38

3.1 Jenis dan Desain Penelitian.....	38
3.1.1 Jenis Penelitian	38
3.1.2 Desain Penelitian.....	39
3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.2.1 Definisi Operasional	41
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	46
3.3 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	46
3.4 Jenis, Sumber, dan Metode Pengumpulan Data	46
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	46
3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.5 Metode Analisis Data	48
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	48
3.5.2 Analisis Statistik Inferensial	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Hasil Penelitian.....	55
4.1.1 Gambaran Umum PT. Amerta Indah Otsuka	55
4.1.2 Hasil Analisis Data.....	58
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
BAB V PENUTUP	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	103
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	108

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Celah Penelitian	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Tabel	41
Tabel 3.2 Kriteria Penilaian Evaluasi Inner Model.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Penelitian	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4.3 Hasil Uji Deskriptif Variabel Brand Image	63
Tabel 4.4 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kemasan	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Deskriptif Variabel Harga	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Deskriptif Variabel Kualitas Produk	70
Tabel 4.7 Outer Loading Keputusan Pembelian	74
Tabel 4.8 Outer Loading <i>Brand Image</i>	75
Tabel 4.9 Outer Loading Kemasan	77
Tabel 4.10 Outer Loading Harga	78
Tabel 4.11 Outer Loading Kualitas Produk	80
Tabel 4.12 Cross Loading	82
Tabel 4.13 Average Variant Extracted.....	83
Tabel 4.14 Construct Reliability dan Validity	84
Tabel 4.15 Uji Evaluasi R-Square.....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	35
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	39
Gambar 4.1 Varian Produk Pocari Sweat	56
Gambar 4.2 Hasil Uji SEM-PLS.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Top Brand Index Minuman Isotonik	110
Lampiran 2 : Tabel Perusahaan Pengembang Minuman Isotonik	110
Lampiran 3 : Tabel Analisis Bauran Pemasaran	111
Lampiran 4 : Mapping Jurnal	113
Lampiran 5 : Lembar Kuisisioner	138
Lampiran 6 : Hasil Kuisisioner 112 Responden	144
Lampiran 7 : Karakteristik Responden	155
Lampiran 8 : Hasil Olah Data	157
Lampiran 9 : Hasil Turnitin	161

***Analysis Of The Influence Of Brand Image, Product Design, And Price On
Purchasing Decisions With Product Quality As A Moderation Variable
(Case Study of Pocari Sweat Consumers in Bekasi Regency)***

Nada Aulia¹⁾
Nur'Aeni²⁾

Abstract

The extreme heat sweeping across various parts of the world poses significant health risks, particularly dehydration, for which isotonic drinks offer a viable solution. In the isotonic drink category, Pocari Sweat has secured the top spot in the Top Brand Index for five consecutive years (2019-2023). This study aims to assess and explain the impact of brand image, packaging, and price on purchase decisions, with product quality as a moderating variable (a case study on Pocari Sweat consumers in Bekasi Regency). The study surveyed 112 individuals who had consumed and purchased Pocari Sweat in Bekasi Regency. The sample was gathered using non-probability sampling with a purposive sampling technique. The data was analyzed using regression, utilizing SmartPLS 3 software. The study yielded several conclusions: 1) Pocari Sweat's brand image positively influences purchase decisions. 2) Pocari Sweat's packaging does not enhance purchase decisions. 3) Pocari Sweat's pricing positively influences purchase decisions. 4) Pocari Sweat's product quality does not moderate the relationship between brand image and purchase decisions. 5) Enhancing product quality as a moderating factor between packaging and purchase decisions actually decreases purchase decisions. 6) Pocari Sweat's product quality does not moderate the relationship between price and purchase decisions.

Keywords: Brand Image, Packaging, Price, Purchase Decision Product Quality

**ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, DESAIN PRODUK, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KUALITAS
PRODUK SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Kasus Pada Konsumen Pocari Sweat di Kabupaten Bekasi)**

Nada Aulia¹⁾
Nur'Aeni²⁾

ABSTRAK

Suhu panas yang tinggi melanda berbagai belahan dunia, kejadian ini berdampak bagi kesehatan tubuh karena dapat menyebabkan dehidrasi, pemenuhan cairan tubuh dengan minuman isotonik merupakan salah satu solusi bagi masalah ini. Top Brand Index pada kategori minuman isotonik menempatkan Pocari Sweat pada peringkat pertama selama lima tahun berturut-turut (2019-2023). Penelitian ini bertujuan untuk menguji serta memaparkan terkait pengaruh brand image, kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian dengan kualitas produk sebagai variabel moderasi (studi kasus pada konsumen pocari sweat di Kabupaten Bekasi). Responden pada penelitian ini berjumlah 112 individu yang pernah mengonsumsi dan membeli Pocari Sweat di wilayah Kabupaten Bekasi. Pengumpulan sampel bersifat non probability sampling dan teknik yang digunakan bersifat purposive sampling.

Pengolahan penelitian ini menggunakan regresi yang memanfaatkan software SmartPLS 3. Penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan 1) Brand image yang dimiliki Pocari Sweat dapat meningkatkan keputusan pembelian. 2) kemasan yang digunakan Pocari Sweat tidak dapat meningkatkan keputusan pembelian. 3) Harga yang ditetapkan Pocari Sweat dapat meningkatkan keputusan pembelian. 4) Kualitas produk yang dimiliki Pocari Sweat belum mampu untuk memoderasi hubungan brand image dengan tingkat keputusan pembelian 5) Kualitas produk sebagai moderasi dari kemasan apabila ditingkatkan justru akan menurunkan tingkat keputusan pembelian 6) Kualitas produk yang dimiliki Pocari Sweat belum mampu untuk memoderasi hubungan antara harga produk dengan tingkat keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Brand Image*, Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian Kualitas Produk