

**PENGARUH CITRA MEREK, KEMASAN DAN IKLAN TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
MINUMAN ISOTONIK MIZONE  
DI SURABAYA**

**S K R I P S I**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Jurusan Manajemen



Oleh:

**LEONITA RACHMADINI  
2011210198**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
S U R A B A Y A  
2015**

**PENGARUH CITRA MEREK, KEMASAN DAN IKLAN TERHADAP  
PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK  
MINUMAN ISOTONIK MIZONE  
DI SURABAYA**

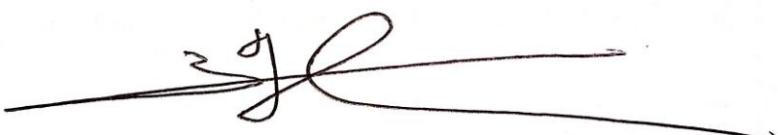
Diajukan oleh :

**LEONITA RACHMADINI**

**2011210198**

Skripsi ini telah dibimbing  
Dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing,  
Tanggal : 16 - 1 - 2015



**(Dr. Ronny, S.Kom., M.Kom., MH.)**

## **S K R I P S I**

### **PENGARUH CITRA MEREK, KEMASAN DAN IKLAN TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MINUMAN ISOTONIK MIZONE DI SURABAYA**

Diajukan oleh :

**LEONITA RACHMADINI**

**2011210198**

Dipertahankan di depan Tim Pengaji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 13 Februari 2015

Tim Pengaji

**Pengaji 1 : (Dra. Lindiawati, MM)**

.....

**Pengaji 2 : (Dra. Ec. Aniek Maschudah Ilfitriah, M.Si)**

**Sekretaris : (Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.)**

## PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Leonita Rachmadini  
Tempat, Tanggal Lahir : Gresik, 12 Agustus 1992  
N.I.M : 2011210198  
Jurusan : Manajemen  
Program Pendidikan : Strata 1  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Iklan  
Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen pada  
Produk Minuman Isotonik Mizone di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh :**

Ketua Program Sarjana Manajemen

Tanggal :

Dosen Pembimbing,

Tanggal : 14 Maret 2015



(Dr. Muazaroh, SE., M.T)



(Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH.)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **Motto**

“Keberhasilan adalah sebuah proses. Niatmu adalah awal keberhasilan. Peluh keringatmu adalah penyedapnya. Tetesan air matamu adalah pewarnanya. Doamu dan doa orang-orang di sekitarmu adalah bara api yang mematangkaninya. Kegagalan di setiap langkahmu adalah pengawetnya. Maka dari itu, bersabarlah! Allah selalu menyertai orang-orang yang penuh kesabaran dalam proroses menuju keberhasilan. Sesungguhnya kesabaran akan membuatmu mengerti bagaimana cara mensyukuri arti sebuah keberhasilan”

### **Kupersembahkan untuk:**

Special thanks to **ALLAH SWT** atas berkat, rahmat dan perlindungannya,  
sehingga terselesaikan skripsiku

Kepada **Orang Tua ku** yang telah melahirkan, memberiku kasih sayang, memberi semangat serta dorongan untuk dapat menjadi anak yang lebih baik. . . Mungkin ucapan Terima ksh tidak dapat menebus segala dan semua yang telah **Orang Tua ku** berikan untukku :’)

My brother **TEGUH ILHAM PRAKASA** yang dilahirkan sebagai saudara kandungku. Meskipun kamu sering mengganggu dan mengajakku bertengkar, serta kadang menjengkelkan, aku tetap sayang kamu. Buat my brother cepat lulus yah kuliahnya.....!!!!!!! dan semoga menjadi musisi profesional seperti apa yang kamu impikan, Aamiin....

For bang arab “**HABIBI ASSEGAF**”, thanks for all Bib. Telah meluangkan waktu buat aku untuk ikut mondar-mandir nemenin nyebar kuesioner.  
Hehehhehe... :p

Thanks to **Pak Roni** selaku dosen pembimbing super the best yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk membantu dan menjawab segala kebingungan saya dalam penyelesaian skripsi ini, perhatian, motivasi dan dorongan yang bpk berikan tidak akan pernah saya lupa. **Bu Lindi** dan **Bu Aniek** sebagai Dosen penguji hingga sidang ujian skripsi pertama saya lulus. Terimakasih **Bu Wiwiek** sebagai Dosen Wali saya, sudah meluangkan waktunya untuk memberikan dorongan, bimbingan, saran dan nasehat hingga saya bisa lulus kuliah & skripsi ujian pertama, dll.

Thanks to **YOLANDA, RIZQIYAH “BEBE”, RUSMALA, SARAH “ENDEL”** thanks for all, kapan kuliner bareng lagi? Menjelajah setiap rumah makan dan cafe di sepanjang jembatan mer dan Galaxy mall, hihihihih :p

*Geng Jenner* dari jaman maba sampek jadi sarjana: **NUNA, SEPII “NYEP”, NOVITA “NOPEK”, SARAH “ENDEL”, RADIT, FANI “TANTE”** makasih atas celotehan-celotehan hangat yang bikin garing, dan buat ketawa wakakakakaka...

*Faith, hope and love :*

**LEONITA RACHMADINI, SE**

## **KATA PENGANTAR**

Segala Puji Syukur dipanjangkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, sehingga atas Rahmatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat penyelesaian Program Pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen, dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kemasan dan Iklan Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen pada Produk Minuman Isotonik Mizone di Surabaya”.

Dalam penyusunan skripsi ini begitu banyak pihak yang telah membantu dan membimbing, maka pada kesempatan ini dengan segala ketulusan hati, penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Lutfi, SE., M.Fin. Selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
3. Bapak Dr. Ronny, S.Kom.,M.Kom.,MH selaku dosen pembimbing dalam pembuatan skripsi yang telah banyak memberi arahan selama penggerjaan skripsi ini
4. Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang dengan ikhlas memberikan ilmu selama proses pembelajaran dan memberikan berbagai saran
5. Seluruh Staf Perpustakaan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
6. Seluruh Civitas Akademika Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

7. Seluruh Rekan Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya yang telah memberikan dukungan serta saran dalam skripsi ini.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam menambah wawasan, khususnya di bidang Manajemen Pemasaran.

Surabaya, 12 Januari 2015

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SIAP DIUJI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penulisan .....	8
BAB II TINJUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	16
2.3 Kerangka Pemikiran .....	32
2.4 Hipotesis Penelitian .....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	34
3.1 Rancangan Penelitian.....	34
3.2 Batasan Penelitian .....	34
3.3 Identifikasi Variabel .....	35
3.4 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	35
3.5 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.6 Instrumen Penelitian .....	41
3.7 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	44
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	45
3.9 Teknik Analisis Data .....	46
BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	54
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	54
4.2 Analisis Data.....	60
4.3 Pembahasan.....	88

BAB V PENUTUP.....	97
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	97
5.3 Saran .....	98

**DAFTAR RUJUKAN  
LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

	Halaman
Tabel 1.1 : Data Hasil Top Brand Index Minuman Isotonik Mizone.....	5
Tabel 2.1 : Matrix Ringkasan Penelitian Terdahulu dan Sekarang .....	14
Tabel 2.2 : Kekuatan dan Kelemahan Jenis-jenis Media Iklan .....	23
Tabel 3.1 : Kisi-kisi Pernyataan Kuesioner.....	42
Tabel 3.2 : Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi .....	49
Tabel 4.1 : Kriteria Responden Berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.2 : Kriteria Responden Berdasarkan Rata-rata Pembelian .....	57
Tabel 4.3 : Kriteria Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	58
Tabel 4.4 : Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	59
Tabel 4.5 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Kecil .....	61
Tabel 4.6 : Hasil Pengujian Validitas Sampel Besar.....	63
Tabel 4.7 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Kecil .....	65
Tabel 4.8 : Hasil Pengujian Reliabilitas Sampel Besar .....	66
Tabel 4.9 : Kategori Mean Dari Variabel Bebas Dan Terikat.....	67
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek .....	68
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemasan .....	69
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan .....	71
Tabel 4.13 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Perilaku Pembelian ....	73
Tabel 4.14 : Hasil Pengujian Multikolonieritas.....	75
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Autokorelasi.....	77
Tabel 4.16 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas .....	79

Tabel 4.17 : Hasil Pengujian Normalitas.....	80
Tabel 4.18 : Hasil Pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.19 : Hasil Pengujian Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	83
Tabel 4.20 : Hasil Pengujian Signifikansi Simultan (Uji Statistik F) .....	84
Tabel 4.21 : Hasil Pengujian Signifikansi Parameter Individual (Uji t) .....	86

## **DAFTAR GAMBAR**

Halaman

Gambar 2.1 : Skema Kerangka Pemikiran Jurnal Acua Pertama .....	12
Gambar 2.2 : Skema Kerangka Pemikiran Jurnal Acuan Kedua.....	13
Gambar 2.3 : Proses Pengambilan Keputusan Konsumen.....	27
Gambar 2.4 : Kerangka Pemikiran Penelitian .....	32
Gambar 4.1 : Hasil Pengujian Heteroskedastisitas Dengan Scatterplots.....	78

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Jurnal Acuan
- Lampiran 2 : Kuesioner
- Lampiran 3 : Kriteria Responden Berdasarkan Karakteristik
- Lampiran 4 : Pengujian Validitas
- Lampiran 5 : Pengujian Reliabilitas
- Lampiran 6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian
- Lampiran 7 : Pengujian Multikolonieritas
- Lampiran 8 : Pengujian Autokorelasi
- Lampiran 9 : Pengujian Heteroskedastisitas
- Lampiran 10 : Pengujian Normalitas
- Lampiran 11 : Pengujian Regresi Linier Berganda
- Lampiran 12 : Tabel Durbin Watson
- Lampiran 13 : Tabel Uji F

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PACKAGING AND ADVERTISEMENT  
ON CONSUMER BUYING BEHAVIOR OF MIZONE ISOTONIC DRINK  
IN SURABAYA**

Leonita Rachmadini  
2011210198  
leonita\_rachmadini@yahoo.com

**ABSTRACT**

*Brand image has an important role in influencing buying behavior. Consumer's who have a positive image of the brand, tend to choose the brand in the purchase. In addition to brand image, an important element that can influence the consumers buying behavior are the packaging and advertisement. Innovative packaging can provide benefits to the company exceeds the competitors and to encourage sales, while a badly designed packaging can lead to consumers switching to a competitor's product and the company lost sales, and advertisement is behaving as a driving force for any business as it's an effective source to convey marketing message and stay in consumer's mind. The purpose of this study is to examine the influence of Brand Image, Packaging and Advertisement on Consumer Buying Behavior of Mizone Isotonic Drink in Surabaya. This research use questionnaire as an instrument to get the response of the respondent. A questionnaire was spread to one hundred people who buying the Mizone isotonic drink in Surabaya. Multiple Regression Analyse is used to examine the effect of the independent variables on dependent variable. The findings of this study shows brand image and packaging has positive significant effect on consumer buying behavior, but not to advertisement. The implication of this research, the company should improve the quality of Mizone isotonic drink and replace Mizone packaging materials with environmentally friendly packaging materials.*

**Keywords:** Brand Image, Packaging, Advertisement, Consumer Buying Behavior