

**PENGARUH KEMASAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(SURVEI PADA PRODUK POPOK BAYI SEKALI PAKAI DI  
JAKARTA)**

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar paskasarjana**



**YHANTH NURMALA  
2161001010**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
FEBRUARI 2019**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Yhanth Nurmala  
NIM : 2161001010  
Tanda Tangan : *Yhanth Nurmala*  
Tanggal : 07 Februari 2019

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yhanth Nurmala  
NIM : 2161001010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Pengaruh Kemasan Produk, Citra Merek, dan Iklan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Produk Popok Bayi Sekali Pakai di Jakarta)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin S. Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D.

Penguji I : Suwandi, S.E., M.Si., Dr.

Penguji II : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 07 Februari 2019

## **MOTTO**

*“Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (QS. Ar Ra’d : 11)*

*“Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al-Jumu’ah : 10)*

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang melimpah, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

Dalam penyelesaian Tugas Akhir ini banyak bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Muchsin S. Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang terus-menerus dan berbagi ilmunya, sangat membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini, serta menyediakan waktunya untuk bimbingan dalam rangka penyelesaian tugas akhir ini;
2. Suwandi, S.E., M.Si., Dr. selaku dosen penguji II yang telah memberikan ide sehingga tugas akhir ini menjadi lebih menarik dan lebih berguna;
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M., selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan dan bimbingan untuk tugas akhir ini menjadi lebih sempurna;
4. Pihak perusahaan popok bayi sekali pakai yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh referensi yang diperlukan;
5. Komunitas *parenting* MPASI, Sharing Mom and Baby, Ditimang Timang, dan Sharing Mama.
6. Azhar Beig dan anak saya selaku keluarga yang telah memberikan dukungan dan motivasi yang terus menerus
7. Madiem, Nurry, Denita, Marhaini, Maimuna Khatun, Ziaullah Beig, Al-Komari, Adhityas, selaku orang tua dan saudara saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral;

8. Para sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini Evita, Tishi, Anny, Amy, Fajri, Lady, Yuli, Lisa, dan semua nama yang tidak bisa disebutkan satu per satu dalam lembar ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Februari 2019

Penulis

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yhanth Nurmala  
NIM : 2161001010  
Program Studi : Magister Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PENGARUH KEMASAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEI PADA PRODUK POPOK BAYI SEKALI PAKAI DI JAKARTA)**

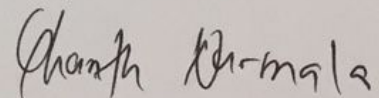
beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti oneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 02 Februari 2019

Yang menyatakan



(Yhanth Nurmala)

**PENGARUH KEMASAN PRODUK, CITRA MEREK, DAN  
IKLAN DI TELEVISI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(SURVEI PADAPRODUK POPOK BAYI SEKALI PAKAI DI  
JAKARTA)**

Yhanth Nurmala

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kemasan produk, citra merek, dan iklan di televisi terhadap keputusan pembelian pada produk popok bayi sekali pakai. Penelitian menggunakan model analisis kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sebanyak 200 ibu di Jakarta. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan masing-masing variabel bebas memiliki secara terpisah memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemasan produk memiliki signifikansi 0,018. Citra merek memiliki signifikansi 0,000. Iklan di televisi memiliki signifikansi 0,000. Berdasarkan nilai koefisien determinasi, ketiga variabel independen memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian sebesar 49,9%.

Kata kunci: kemasan produk, citra merek, iklan di televisi, keputusan pembelian, popok bayi sekali pakai



***THE EFFECT OF PRODUCT PACKAGING, BRAND IMAGE,  
AND TELEVISION ADVERTISING ON PURCHASE DECISION  
(SURVEY OF DISPOSABLE BABY DIAPER IN JAKARTA)***

Yhanth Nurmala

---

***ABSTRACT***

*This study aimed to analyze produk packaging, brand image, and television advertising on purchase decision of disposable baby diaper. This study used quantitative analysis with purposive sampling method. It used 200 sample data from mother who domicile in Jakarta. The statistical analysis used is multiple regression analysis. The result showed that each independent variable significantly effect purchase decision. Significance level of product packaging is 0,018. Significance level of brand image is 0,000. Significance level of television advertising is 0,000. Based on coefficient of determination result, three independent variables give contribution to purchase decision by 49.9%.*

*Keywors: product packaging, brand image, television advertising, purchase decision, disposable baby diaper*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA BERPIKIR, DAN</b>	
<b>    HIPOTESIS.....</b>	<b>6</b>
2.1 Kemasan Produk.....	6
2.1.1 Desain Grafis.....	6
2.1.2 Informasi Produk.....	7
2.1.3 Warna.....	7
2.1.4 Ukuran.....	7
2.1.5 Material.....	7
2.2 Citra Merek.....	8
2.3 Iklan di Televisi.....	8
2.4 Keputusan Pembelian.....	9
2.5 Popok Bayi Sekali Pakai.....	10

2.6	Penelitian Terdahulu.....	11
2.7	Kerangka Berpikir dan Hipotesis.....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>17</b>
3.1	Desain Penelitian.....	17
3.2	Populasi dan Sampling.....	17
	3.2.1 Populasi.....	17
	3.2.2 Sampling.....	17
3.3	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	18
	3.3.1 Sumber Data.....	18
	3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.4	Definisi Operasionalisasi Variabel.....	19
3.5	Metode Analisis Data.....	20
3.6	Model Penelitian.....	22
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>23</b>
4.1	Uji Instrumen.....	23
	4.1.1 Uji Validitas.....	23
	4.1.2 Uji Reliabilitas.....	24
4.2	Analisis Deskriptif.....	25
4.3	Analisis Uji Asumsi Klasik.....	28
	4.3.1 Analisis Normalitas.....	28
	4.3.2 Analisis Heterokedastisitas.....	30
	4.3.3 Analisis Multikolinearitas.....	31
4.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	31
4.5	Pembahasan.....	33
	4.5.1 Analisis Deskriptif Variabel Kemasan Produk.....	33
	4.5.2 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek.....	34
	4.5.3 Analisis Deskriptif Variabel Iklan di Televisi.....	34
	4.5.4 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	35
	4.5.5 Pengaruh Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Popok Bayi Sekali Pakai.....	36
	4.5.6 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	

Popok Bayi Sekali Pakai.....	37
4.5.7 Pengaruh Iklan di Televisi terhadap Keputusan Pembelian Popok Bayi Sekali Pakai.....	38
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>40</b>
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Rekomendasi.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>42</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Rekapitulasi Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	20
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ , $Y$ .....	24
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	25
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia dan Pekerjaan.....	26
Tabel 4.4 Hasil Data pada Variabel $X_1$ , $X_2$ , $X_3$ .....	26
Tabel 4.5 Hasil Data pada Variabel $Y$ .....	28
Tabel 4.6 Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov.....	29
Tabel 4.7 Hasil Koefisien Uji Multikolinieraitas.....	31
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	32

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	15
Gambar 4.1 Histrogram Hasil Uji Normalitas.....	29
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	30
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	30