

**PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM KEMASAN AQUA
(Studi Kasus pada Masyarakat Cipinang Cempedak)**

TUGAS AKHIR



TIKA TRIJANTI

1201703020

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Tika Trijanti

NIM 1201703020

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tika Trijanti', with a vertical line extending downwards from the bottom of the signature.

Tanggal : 23 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Tika Trijanti

NIM : 120170320


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial


Skripsi : Pengaruh Identitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Aqua (Studi Kasus Pada Masyarakat Cipinang Cempedak)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si. ()

Penguji : Dr. Fitri Argarini, B.Arts ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 23 Agustus 2024

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Identitas Merek Terhadap Keputusan Air Mineral Dalam Kemasan Aqua pada Masyarakat di Cipinang Cempedak”. Penyusunan penelitian serta penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir (skripsi) ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Terima kasih kepada **Ibu Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.** selaku dosen pembimbing penulis dalam melakukan penyusunan skripsi yang telah bersabar dalam membimbing penulis dalam pengerjaan skripsi, serta terima kasih atas waktu, tenaga, dan ilmu yang diberikan untuk mengarahkan penulis selama penelitian dalam penyusunan skripsi ini berjalan.
2. Terima kasih kepada **Ibu Dr. Dessy Kania, B.A., M.A** atau yang dikenal dengan **Miss DK** selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis, yang telah memberikan semangat dan motivasi sejak awal perkuliahan, serta menjadi mentor selama masa perkuliahan yang telah meluangkan waktunya untuk penulis berkonsultasi atau bercerita selama masa perkuliahan baik secara offline ataupun online.
3. Terima kasih kepada **Bapak Dr. Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.** selaku Dosen Penguji 1, yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini, dan juga memberikan arahan seperti halnya revisi kepada penulis, hal tersebut merupakan pembelajaran untuk penulis pada tugas-tugas selanjutnya.
4. Terima kasih kepada **Ibu Dr. Fitri Argarini, B.Arts** selaku Dosen Penguji 2 yang memberikan masukan, arahan dan kritik yang membangun selama sidang skripsi, hal tersebut merupakan pembelajaran untuk penulis pada tugas-tugas selanjutnya.

5. Terima kasih kepada Almarhum Bapak yang selalu memberikan bimbingan selagi beliau masih hidup dan tidak pernah lelah untuk memberikan dukungan dan nasihat untuk terus melanjutkan kuliah walaupun beliau sudah tiada. Saya sangat merasa kehilangan, namun saya akan membuat Bapak bangga dengan pencapaian saya saat ini dalam bidang akademis. Kemudian untuk ibu, yang dengan begitu sabar, tidak pernah kenal lelah untuk senantiasa mendoakan saya, karena berkat doa beliau lah penulis dapat ditahap saat ini.
6. Terima kasih banyak untuk anggota keluarga penulis, atas segala dukungan, doa, dan hiburan selama ini.
7. Terima kasih untuk sahabat kantor yang penulis kenal ditahun 2020 yaitu mbak Erika Ayuna yang telah menjadi tempat curahan keluh kesah penulis dan teman laki-laki yang penulis kenal pada tahun 2023 inisial LTJ yang telah menyemangati dan membantu penulismulai dari fase magang sampai pada fase tahap penyusunan penelitian skripsi ini yang telah berjalan hingga selesai.
8. Terima kasih Joseph, selaku partner selama magang, dan Imeh, ka Puspa yang seringkali menjadi partner satu project atau kelompok, serta teman-teman seperjuangan Kelas Karyawan SMA jurusan Ilmu Komunikasi Batch20 ditahun 2020 yang Bersama-sama berjuang menyelesaikan pendidikan di Universitas Bakrie mulai dari awal perkuliahan sampai ditahap akhir mengerjakan skripsi.
9. Terus untuk diri saya sendiri Tika Triyanti terima kasih karena sudah sabar dari segala hal yang mengejar, sudah berpikir positif, sudah berani sepanjang jalan ini, terima kasih untuk tidak menyerah walau seringkali merasa kalah dan terima kasih sudah berhasil sampai di titik ini karena Tika tidak menyerah dan selalu percaya pada diri sendiri, bahwa bisa menyelesaikan apa yang sudah dimulai dengan mempertanggung jawabkan seorang diri. Adanya rasa lelah tenaga, waktu, dan materi yang telah dilewati, hingga ditahap saat ini *“one step closer”* semoga akan menghasilkan apa yang sudah direncanakan untuk kedepannya. 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, 2 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Tika Trijanti', written in a cursive style.

Tika Trijanti

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di

bawah ini: Nama : Tika Trijanti
NIM : 1201703020
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

“Pengaruh Identitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Aqua (Studi Kasus Pada Masyarakat Cipinang Cempedak)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif 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 : 23 Agustus 2024

Yang menyatakan



(Tika Trijanti)

**PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM
KEMASAN AQUA (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT CIPINANG CEMPEDAK)**

Tika Trijanti

ABSTRAK

Perkembangan era globalisasi saat ini yang membuka jalan peluang serta tantangan pada perusahaan yang akan menimbulkan persaingan antar perusahaan untuk merebutkan pangsa pasar, sehingga perusahaan harus memiliki identitas. penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh identitas merek terhadap keputusan pembelian, sehingga setiap komponen unsur pada identitas merek akan diuji untuk menemukan aspek yang berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Aqua pada studi kasus masyarakat di Cipinang Cempedak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif kausal dengan mengumpulkan data melalui survei skala semantic differensial secara simple random sampling atau sampel secara acak pada metode cluster sampling , lalu hasilnya diolah menggunakan aplikasi SPSS 26 yang dianalisis secara deskriptif dan dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa identitas merek memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada air mineral dalam kemasan Aqua pada masyarakat Cipinang Cempedak, dan secara keseluruhan menghasilkan kata sifat positif dari variabel identitas merek dan pada variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: Identitas Merek, Keputusan Pembelian

**PENGARUH IDENTITAS MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL DALAM
KEMASAN AQUA (STUDI KASUS PADA
MASYARAKAT CIPINANG CEMPEDAK)**

Tika Trijanti

ABSTRAK

The development of the current era of globalization which opens the way for opportunities and challenges to companies which will lead to competition between companies to win market share, so companies must have an identity. this study is to determine how much influence brand identity has on purchasing decisions, so that each component element in brand identity will be tested to find aspects that have a major influence on purchasing decisions for Aqua Bottled Mineral Water in a case study in the Cipinang Cempedak community. The research method used is a causal quantitative method by collecting data through a differential semantic scale survey by simple random sampling or random samples in the cluster sampling method, then the results are processed using the SPSS 26 application which is analyzed descriptively and with simple linear regression analysis techniques. From the results of this study, it can be concluded that brand identity has a significant influence on purchasing decisions on bottled mineral water Aqua in the Cipinang Cempedak community, and overall produces a positive adjective from the brand identity variable and on the purchasing decision variable.

Keywords: Brand Identity, Purchasing Decision.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Teori yang Relevan	12
2.1.1 Komunikasi Merek	12
2.1.2 Merek	14
2.1.3 Identitas Merek	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	17
2.2 Penelitian Sebelumnya Dan Pernyataan Hipotesis	20
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
2.3 Model Kerangka Hipotesis	35
BAB III	38
METODE PENELITIAN	38

3.1	Desain dan Pendekatan	38
3.2	Populasi dan Sampling	39
3.2.1	Populasi	39
3.2.2	Sampling	40
3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran	43
3.3.1	Sumber Data	43
3.3.2	Teknik pengumpulan Data.....	44
3.3.4	Analisis Data	46
3.4	Validasi Data	46
3.4.1	Uji Validitas	47
3.4.2	Uji Reliabilitas	47
3.5	Operasionalisasi Variabel.....	49
BAB IV		56
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Konteks Penelitian	56
4.2	Penyajian Data	59
4.2.1	<i>Analisis Deskriptif</i>	62
4.2.2	<i>Uji Validitas dan Reliabilitas</i>	68
4.2.3	<i>Uji Hipotesis</i>	78
4.3	Pembahasan dan Diskusi	80
BAB V		88
SIMPULAN DAN SARAN.....		88
5.1	Simpulan	88
5.2	Kendala dan Keterbatasan	89
5.3	Saran dan Implikasi	89
5.3.1	<i>Saran Untuk Penelitian Berikutnya</i>	89
5.3.2	<i>Saran Untuk Industri/ Lembaga/ Subyek</i>	90
DAFTAR PUSTAKA.....		92
WEBSITE		92
JURNAL		94
LAMPIRAN		97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Presentase Rumah Tangga Indonesia Berdasarkan Sumber Air Minum Utama.....	5
Gambar 1.2 Merek Air Mineral Paling Sering Dikonsumsi Masyarakat Indonesia Setahun Terakhir.....	6
Gambar 1.3 RPTRA Wangi Cempedak.....	8
Gambar 2.1 Brand Identity Prism.....	15
Gambar 2.2 Diagram Kerangka Berfikir.....	36
Gambar 3.1 Penduduk Kelurahan di Kecamatan Jatinegara 2022.....	39
Gambar 3.2 Jumlah Rukun Warga dan Rukun Tetangga Kelurahan di Kecamatan Jatinegara 2022	39
Gambar 3.3 Skala Simantic Differential	45
Gambar 4.1 Logo Aqua Danone	57
Gambar 4.2 Grafik Histogram Residual.....	72
Gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot... ..	72
Gambar 4.4 Grafik Scatterplot Variabel Keputusan Pembelian.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	23
Tabel 3.1 Alpa Cronbach's.....	42
Tabel 3.2 Alpa Cronbach's.....	48
Tabel 3.3 Operasional Variabel Dependen	50
Tabel 3.4 Operasional Variabel Dependen	63
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	60
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Domisili	61
Tabel 4.5 Klasifikasi Deskriptif total variabel X dan Y	63
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Variabel Identitas Merek.....	63
Tabel 4.7 Garis Bilangan Semantik Diferensial X	64
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	66
Tabel 4.9 Garis Bilangan Semantik Diferensial Y	66
Tabel 4.10 Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Identitas Merek	68
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Identitas Merek (X1).....	70
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4.14 Perbandingan Nilai Alpha dengan Angka Koefisien Korelasi	70
Tabel 4.15 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	72
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R)	75
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi (Uji F)	77
Tabel 4.18 Uji Regresi Coefficients (Uji t)	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	97
Lampiran 2 Hasil <i>Pie Chart</i> Karakteristik 110 Responden	104
Lampiran 3 Uji Validitas (Pearson Correlation) Identitas Merek X.....	106
Lampiran 4 Uji Validitas (Pearson Correlation) Keputusan Pembelian Y	106
Lampiran 5 Uji Reliabilitas Identitas Merek.....	107
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	107
Lampiran 7 Descriptive Statistic Identitas Merek	107
Lampiran 8 Descriptive Statistic Keputusan Pembelian	108
Lampiran 9 T Table statistik (junaidichaniago.wordpress.com)	108