

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), HARGA, DAN DESAIN  
KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
MINUMAN BERSODA FANTA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)  
SKRIPSI**



Oleh :

**Nasiatul Firdaus**

**NPM : 1642010041**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA  
2021**

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), HARGA, DAN DESAIN  
KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
MINUMAN BERSODA FANTA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana  
Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Oleh :

**Nasiatul Firdaus**

**NPM : 1642010041**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS  
SURABAYA**

**2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), HARGA, DAN DESAIN  
KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
MINUMAN BERSODA FANTA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)**

**Disusun oleh :**

**NASIATUL FIRDAUS**

**NPM. 1642010041**

**Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi**

**Menyetujui**

**PEMBIMBING**



**Budi Prabowo, S.Sos, MM  
NIP. 196210161988031001**

**Mengetahui,**

**DEKAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**



**Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA**

**NIP. 19507011987031001**

LEMBAR PENGESAHAN  
PENGARUH CITRA MEREK (BRAND IMAGE), HARGA, DAN DESAIN  
KEMASAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK  
MINUMAN BERSODA FANTA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)  
Disusun oleh :

NASIATUL FIRDAUS  
NPM. 1642010041

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 27 Maret 2021  
Menyetujui,

DOSEN PEMBIMBING



Budi Prabowo, S.Sos, MM  
NIP. 196210161988031001

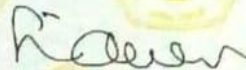
TIM PENGUJI

1. Ketua



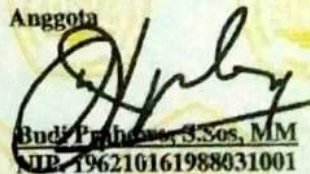
Dra. Siti Ning Farida, M.Si  
NIP. 196407291990032001

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si  
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Budi Prabowo, S.Sos, MM  
NIP. 196210161988031001

Mengetahui,

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Drs. Ec. Genot Sukarno, MS, CHRA  
NIP. 19507011987031001

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karna berkat rahmat dan hidayahNYA saya dapat menyelesaikan Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh citra merek (brand image), harga, dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen produk minuman bersoda Fanta (Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)” ini dengan baik.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada Bapak Budi Prabowo, S.Sos .MM selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, nasihat, serta motivasi kepada penulis. Dan penulis mendapat banyak menerima dukungan dari beberapa pihak, baik dukungan moral, materil maupun spiritual.

Pada kesempatan ini saya mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Gendut Soekarno,.MS, CHRA selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua dan keluarga besar saya yang banyak membantu dan memberikan dukungan secara moril dan meteriil.

5. Suamiku Gaga dan Anakku Deeva yang selalu membuat aku semangat untuk segala kegiatan yang penulis lakukan.
6. Seluruh teman-teman penulis terutama para calon mama (Dilla, Nisa, Dama dan Shintiyah) yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya menyatakan dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan, pengetahuan dan pengalaman yang saya miliki. Oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari pihak pembaca. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi saya khususnya dan pembaca pada umumnya.

Februari, 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan .....	9
1.4 Manfaat .....	9
BAB II .....	10
TINJAUAN PUSTAKA .....	10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	13
2.2.1Pemasaran .....	13
2.2.1.1 Pengertian Pemasran.....	13

2.2.1.2	Manajemen Pemasaran .....	14
2.2.1.3	Tujuan Pemasaran .....	15
2.2.1.4	Konsep Pemasaran.....	16
2.2.1.5	Strategi Pemasaran .....	17
2.2.1.6	Bauran Pemasaran.....	17
2.2.2	Citra Merek (Brand Image) .....	18
2.2.2.1	Pengertian Citra Merek (Brand Image) .....	18
2.2.2.2	Indikator Citra Merek.....	21
2.2.2.3	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	22
2.2.3	Harga.....	23
2.2.3.1	Pengertian Harga .....	23
2.2.3.2	Tujuan Penetapan Harga .....	23
2.2.3.3	Indikator Harga .....	25
2.2.3.4	Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli .....	26
2.2.4	Desain Kemasan .....	27
2.2.4.1	Pengertian Desain Kemasan .....	27
2.2.4.2	Fungsi Kemasan .....	27
2.2.4.3	Indikator Desain Kemasan.....	29
2.2.4.4	Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli.....	30
2.2.5	Minat Beli .....	31
2.2.5.1	Pengertian Minat Beli.....	31



2.2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	32
2.2.5.3 Indikator Minat Beli .....	33
2.2 Kerangka Berfikir .....	34
2.4 Hipotesis .....	36
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	37
3.2.1 Definisi Operasional.....	37
3.2.2 Pengukuran Data .....	41
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel .....	42
3.3.1 Populasi.....	42
3.3.2 Sampel.....	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	44
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4.1 Jenis Data.....	44
3.4.2 Sumber Data.....	45
3.4.3 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.5 Teknik Analisis .....	47
3.5.1 Analisis Data.....	47
3.5.1.1 Uji Validitas .....	47
3.5.1.2 Uji Reliabilitas .....	48

3.5.2 Asumsi Klasik.....	49
3.5.2.1 Uji Multikolinearitas.....	50
3.5.2.2 Uji Normalitas .....	50
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	51
3.5.2.4 Uji Autokorelasi .....	52
3.5.3 Teknik Analisis Linear Berganda.....	53
3.5.4 Uji Hipotesis .....	54
3.5.4.1 Uji F (Simultan).....	54
3.5.4.2 Uji T (Secara Parsial) .....	56
<b>BAB IV .....</b>	<b>58</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>58</b>
4.1.1 Sejarah Perusahaan .....	58
4.1.2 Sejarah Coca-Cola di Indonesia .....	60
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	60
4.1.4 Nilai Perusahaan .....	61
4.1.5 Lokasi Perusahaan.....	62
4.1.6 Sejarah Fanta .....	62
4.1.7 Fanta Di Indonesia .....	64
<b>4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian .....</b>	<b>69</b>
4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	70
4.2.2 Deskripsi Variabel Penelitian .....	72

4.2.2.1 Variabel Citra Merk (Brand Image) ( $X_1$ ) .....	72
4.2.2.2 Variabel Harga ( $X_2$ ) .....	74
4.2.2.3 Variabel Desain Kemasan ( $X_3$ ).....	76
4.2.2.4 Variabel Minat Beli (Y) .....	78
<b>4.3 Hasil Penelitian.....</b>	<b>81</b>
4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	81
4.3.1.1 Uji Validitas .....	81
4.3.1.2 Uji Reliabilitas .....	83
4.3.2 Uji Asumsi Klasik .....	84
4.3.2.1 Uji Multikolinieritas .....	85
4.3.2.2 Uji Normalitas .....	86
4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas .....	89
4.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
4.3.3.1 Analisis Koefisiensi Korelasi dan Koefisiensi Determinasi .....	94
4.3.4 Pengujian Hipotesis .....	95
4.3.4.1 Uji F (Uji Simultan) .....	95
4.3.4.2 Uji t ( Uji Parsial).....	97
<b>4.4 Pembahasan.....</b>	<b>102</b>
4.4.1 Pengaruh Secara Simultan Citra Merek ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), dan.....	102
Desain Kemasan ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y) .....	102
4.4.2 Pengaruh Secara Parsial Citra Merek ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y) .....	103

4.4.3 Pengaruh Secara Parsial Harga ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y).....	104
4.4.4 Pengaruh Secara Parsial Desain Kemasan ( $X_3$ ) terhadap Minat Beli (Y) ..	104
4.5 Review Penelitian Terdahulu Sebagai Dasar Penelitian .....	105
<b>BAB V.....</b>	<b>111</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>111</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>112</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>113</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>117</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Diagram Usia Responden.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1.2 Diagram Preferensi Minat Beli terhadap Produk Minuman Bersoda Fanta.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 1.3 Diagram Desain Kemasan Mempengaruhi Minat Beli.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 2.1 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>36</b>
<b>Gambar 3.1 Kurva Uji F .....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4.1 Logo Perusahaan .....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 4.2 Logo Fanta.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4.3 Perkembangan Desain Kemasan Fanta.....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar 4.4 Uji Normalitas dengan Normal P-Plot.....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.5 Uji Normalitas dengan Grafik Histogram.....</b>	<b>87</b>
<b>Gambar 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....</b>	<b>90</b>
<b>Gambar 4.7 Uji F (Simultan) .....</b>	<b>96</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index .....	3
Tabel 4.1 Daftar Harga Fanta di Indonesia.....	69
Tabel 4.2 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
Tabel 4.3 Hasil Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	71
Tabel 4.4 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek (Brand Image) ( $X_1$ ).....	72
Tabel 4.5 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga ( $X_2$ ).....	74
Tabel 4.6 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Desain Kemasan ( $X_3$ ).....	76
Tabel 4.7 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli (Y)...	78
Tabel 4.8 Uji Validitas .....	81
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas .....	83
Tabel 4.10 Uji Multikolonieritas.....	85
Tabel 4.11 One-Sample Kolmogrov Smirnov Test.....	88
Tabel 4.12 Uji Autokorelasi.....	91
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	92
Tabel 4.14 Koefisien Korelasi.....	94
Tabel 4.15 Perhitungan Uji F .....	95
Tabel 4.16 Perhitungan Uji t .....	97
Tabel 4.17 Matrik Penelitian Terdahulu .....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner .....	117
Lampiran 2 Hasil Kuisisioner .....	120
Lampiran 3 Karakteristik Responden .....	126
Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas .....	127
Lampiran 5 Hasil Output Uji Reliabilitas .....	130
Lampiran 6 Hasil Output Uji Asumsi Klasik .....	131
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	134
Lampiran 8 Hasil Output Uji Hipotesis .....	135

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN DESAIN KEMASAN  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK MINUMAN BERSODA FANTA  
(Studi Kasus Pada Masyarakat Kecamatan Bungah Kabupaten Gresik)**

**NASIATUL FIRDAUS**  
**NPM : 1642010041**

**Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur  
Firdapradana127@gmail.com**

**ABSTRAK**

Persaingan pada bisnis minuman bersoda semakin ketat seiring dengan meningkatnya aktifitas penduduk. Salah satu yang sukses di pasaran adalah minuman bersoda Fanta. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membahas pengaruh citra merek, harga, dan desain kemasan terhadap minat beli produk minuman bersoda Fanta.

Teknik penentuan sampel menggunakan *Accidental Sampling* dan metode pengumpulan data adalah dengan kuisioner. Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 20. Responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang memiliki minat beli pada produk minuman bersoda Fanta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial dari variabel bebas citra merek (Brand Image), harga, dan desain kemasan terhadap minat beli produk minuman bersoda Fanta. Selain itu, terdapat pengaruh secara simultan dari keseluruhan variabel terhadap minat beli produk minuman bersoda Fanta.

**Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Desain Kemasan dan Minat Beli.**