

**PENGARUH CITRA MEREK, DAYA TARIK IKLAN DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL
AQUA DI KECAMATAN PAGUYANGAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

AKBAR GAGAH PRIBADI

1802010202

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, DAYA TARIK IKLAN DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL
AQUA DI KECAMATAN PAGUYANGAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

AKBAR GAGAH PRIBADI

1802010202

Diperiksa dan disetujui oleh:

Pembimbing

Hj. Herni Justiana Astuti, S.E., M.Si., Ph.D.

NIK.2160183

HALAMAN PENGESAHAN

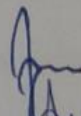
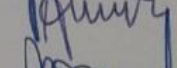
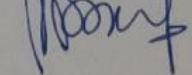
Skripsi yang diajukan oleh:

Nama : Akbar Gagah Pribadi
NIM : 1802010202
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Judul Proposal : **Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Kecamatan Paguyangan**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Purwokerto.

DEWAN PENGUJI

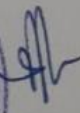
1. Ketua Hj. Herni Justiana Astuti, SE., M.Si., Ph.D.
2. Anggota I Arini Hidayah, S.E., M.Si
3. Anggota II Hengky Widhiandono, S.E., M.Si

()
()
()

Ditetapkan di : Purwokerto

Tanggal : 21 Januari 2022

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Naeslati Tubastuvi, S.E., M.Si

NIK. 2160187



HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akbar Gagah Prbadi

NIM : 1802010202

Program Studi : Manajemen S1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto

Menyatakan dengan sebenar-benarnya skripsi ini adalah karya saya dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta bukan hasil penjiplakan karya orang lain.

Demikian pernyataan ini saya buat dan apabila kelak dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 21 Januari 2022

Yang membuat pernyataan



Akbar Gagah Pribadi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Muhammadiyah Purwokerto dan demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Akbar Gagah Pribadi
NIM : 1802010202
Program Studi : Manajemen S1
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
Menyutujui untuk memberikan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) kepada Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Aqua Di Kecamatan Paguyangan”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Muhammadiyah Purwokerto berhak menyimpan, mengalih media/mengalih informatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Purwokerto

Pada tanggal : 21 Januari 2022

Yang menyatakan,



Akbar Gagah Pribadi

MOTTO


"Barangsiapa melibatkan diri dalam pekerjaan Allah SWT, maka Allah SWT akan terlibat dalam pekerjaannya." (Abu Bakar As-Shiddiq)

Siapa yang menjaga sholat maka ia pasti akan dijaga Allah SWT, Siapa yang mengabaikannya maka ia pun akan diabaikan Allah SWT (Dr. Aidh Bin Abdullah Al-Qorni)

Berbuat untuk sebuah harapan, yang tidak lagi dikeluhkan, tetapi diperjuangkan" (Najwa Shihab)



PERSEMBAHAN



Dengan mengucapkan Basmallah dan syukur, skripsi ini saya persembahkan untuk ayah, ibu dan kakak saya, karena telah mendoakan saya, memberikan kebahagiaan kepada saya, sehingga seumur hidup saya menikmati kebahagiaan yang ayah, ibu dan kakak curahkan.

Terimakasih atas semua cinta dan doa yang telah ayah, ibu dan kakak berikan kepada saya, semoga Allah memberkahi dan mengganti semuanya.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Alhamdulillah rabbil'alamin segala puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, karena atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Jebul Suroso, S.Kp., Ns., M.Kep, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
2. Dr. Naelati Tubastuvi, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberi berbagai informasi dan bimbingan tentang tata laksana penyusunan skripsi kepada saya.
3. Hj. Herni Justiana Astuti, S.E.,M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan memberi masukan.
4. Arini Hidayah, S.E., M.Si, selaku dosen penguji satu yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
5. Hengky Widhiandono, S.E.,M.Si selaku dosen penguji dua yang telah memberikan berbagai pertanyaan untuk menguji kelayakan saya sebagai Sarjana Manajemen.
6. Pak Akhmad Darmawan, selaku pembimbing akademik, yang sudah membimbing dan sudah mendengarkan keluh kesah dari semester 1 awal kuliah.

7. Bapak/Ibu dosen, seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purwokerto yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama berada di bangku perkuliahan dan atas segala bantuan dalam bentuk pelayanan serta fasilitas yang diberikan.
8. Untuk kedua orang tua saya dan kaka saya, sosok yang hebat selalu memberikan dukungan moral maupun materiil, nasihat dan motivasi yang tidak terbatas kepada saya sehingga saya selalu bersemangat dan optimis menghadapi setiap masalah dalam penyusunan skripsi ini.
9. Teman teman kuliah, terimakasih sudah memberi kesan selama kuliah.
10. Tsaniya Nurul Izza, terimakasih sudah menemani dan membantu selama menjalani tugas skripsi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah Subhanahu wata'ala berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Aamiin.

Wassalamu'alaikum warrohmatullahi wabarakatuh.

Purwokerto, 21 Januari 2022

Penulis



Akbar Gagah Pribadi

**PENGARUH CITRA MEREK, DAYA TARIK IKLAN DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINERAL
AQUA DI KECAMATAN PAGUYANGAN**

Akbar Gagah Pribadi¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : gagahpribadiakbar@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Purwokerto

E-mail : hernitugas86@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, Sikap Konsumen dan Keputusan Pembelian produk air mineral Aqua. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan *snowball sampling*. Berdasarkan kriteria, didapatkan 104 responden yang menjadi sampel. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji statistik deskriptif, uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, dan uji hipotesis. Hasil analisis menunjukkan bahwa Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan Sikap Konsumen secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, kemudian secara parsial Citra Merek, Daya Tarik Iklan dan Sikap Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : citra merek, daya tarik iklan, sikap konsumen, keputusan pembelian

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, ADVERTISING ATTRACTIVENESS
AND CONSUMER ATTITUDE TO PURCHASE DECISIONS FOR AQUA
MINERAL WATER IN PAGUYANGAN DISTRICT**

Akbar Gagah Pribadi¹

Faculty Of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

E-mail : gagahpribadiakbar@gmail.com

Herni Justiana Astuti²

Faculty Of Economics and Business
Muhammadiyah University Purwokerto

E-mail : hernitugas86@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of Brand Image, Advertising Attractiveness, Consumer Attitudes and Purchase Decisions for Aqua mineral water products. The sample selection in this study used *snowball sampling*. Based on the criteria, obtained 104 respondents who became the sample. The data analysis techniques used in this study were descriptive statistical tests, instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, and hypothesis testing. The results of the analysis show that Brand Image, Advertising Attractiveness and Consumer Attitude simultaneously affect the Purchase Decision, then partially Brand Image, Advertising Attractiveness and consumer attitudes have a significant positive effect on purchasing decisions.

Keywords: brand image, advertising attractiveness, consumer attitudes, purchasing decisions

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Pembatasan Masalah.....	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
A. Landasan Teori.....	14
B. Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
C. Kerangka Pemikiran.....	31
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
C. Jenis, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Definisi Operasional Variabel.....	43
F. Metode Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	59
A. Hasil Penelitian.....	59
B. Deskripsi Responden.....	60
C. Analisis Data.....	64
D. Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	90
A. Kesimpulan.....	90
B. Saran.....	90
C. Keterbatasan.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92
LAMPIRAN	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Tahun 2017 - 2020	2
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1 Alternatif Pilihan Jawaban Pada Kuesioner.....	41
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 4.1 Response Rate	61
Tabel 4.2 Umur Responden	62
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.4 Pendapatan Per bulan Responden	63
Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Citra Merek	64
Tabel 4.6 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Daya Tarik Iklan	66
Tabel 4.7 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Sikap Konsumen	67
Tabel 4.8 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Citra Merek	72
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan	72
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Sikap Konsumen	73
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	78
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel 4.18 Hasil Uji F	81
Tabel 4.19 Hasil Uji t	82
Tabel 4.20 Rekapitulasi hasil penelitian	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kurva Uji F Hipotesis Pertama	54
Gambar 3.2 Kurva Uji t Hipotesis Dua.....	56
Gambar 3.3 Kurva Uji t Hipotesis Tiga	57
Gambar 3.4 Kurva Uji t Hipotesis Empat.....	58
Gambar 4.1 Kurva Uji F	83
Gambar 4.2 Kurva Uji t Hipotesis Kedua.....	84
Gambar 4.3 Kurva Uji t Hipotesis Ketiga.....	85
Gambar 4.4 Kurva Uji t Hipotesis Keempat.....	86

