

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik . Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Menggunakan Deterjen Daia Di Kelurahan Suka Maju Dusun VII Komplek Perumahan Suka Maju Indah”** Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu, pengetahuan, dan biaya sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik. Oleh karena itu, Pada Kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua ku Bapak Koradi& Ibu Nani Chairita atas dukungan, do'a dalam penyusunan skripsi ini dan dalam studi yang saya tempuh. kemudian tidaklah berlebihan apabila penulis menghaturkan banyak terimakasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. A. Ya'kub Matondang, MA. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Dr. Ihsan Efendi, SE, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Bapak Hery Syarial, SE, MSi selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Ibu Adelina Lubis, SE, MSi, selaku Ketua Program Fakultas Ekonomi/Manajemen Universitas Medan area dan Selaku Dosen Pembimbing

II yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Prof. Dr. H. Sya'ad Afifuddin, SE, MEc Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan bimbingan dan masukan-masukan yang berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Dhian Rosalina, SE. MM Selaku Sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah.
7. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi.
9. Semua teman-teman stambuk 2012 Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area
10. Dan kepada semua pihak orang dekat saya, yang tidak menyangkut dalam penulisan skripsi ini, tetapi mereka memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, Januari 2016

(Dwi Roviyo Dita Putri)

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Uraian Teori .....	6
1. Pengertian Kemasan (packaging) .....	6
2. Fungsi dan Peranan Kemasan.....	7
3. Indikator Kemasan .....	9
4. Citra Merek.....	9
5. Komponen Brand Image.....	10
6. Indikator Citra Merek .....	10
7. Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
8. Tahap- Tahap Keputusan Pembelian Konsumen.....	11
9. Tingkat Keputusan Pembelian Konsumen .....	13
10. Indikator Keputusan Pembelian .....	14
B. Peneliti Terdahulu .....	14
C. Kerangka Konseptual .....	15

D. Hipotesis.....	16
-------------------	----

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian .....	17
B. Populasi dan Sampel Penelitian .....	18
C. Definisi Operasional Variabel.....	19
D. Jenis dan Sumber Data.....	21
E. Teknik Pengumpulan Data.....	21
F. Teknik Analisis Data.....	22
G. Uji Asumsi Klasik.....	23
H. Analisis Regresi Berganda .....	24
I. Uji Hipotesis .....	25

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	27
1. Gambaran Umum.....	27
2. Visi Dan Misi .....	29
3. Struktur organisasi .....	30
4. Hasil Penelitian karakteristik responden.....	31
5. Tabulasi Jawaban Responden .....	32
B. Pembahasan .....	44
1. Uji Validitas Dan Realibilitas .....	44
2. Pengujian asumsi kelasik .....	47
3. Uji statistik.....	51
4. Pembahasan Hasil Penelitian .....	54

### **BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	56
B. Saran .....	57

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1	Waktu Penelitian .....	17
Tabel 3.2	Definisi Operasional.....	20
Tabel 3.3	Instrumen Skala Likert.....	22
Tabel 4.1	Distribusi Usia Responden.....	31
Tabel 4.2	Distribusi Jenis Kelamin Responden .....	31
Tabel 4.3	Desain produk deterjen daia bagus dan menarik.....	32
Tabel 4.4	Warna tampilan kemasan produk deterjen daia mudah di kenali.....	32
Tabel 4.5	Ukuran kemasan produk deterjen daia bervariasi sesuai dengan kebutuhan konsumen .....	34
Tabel 4.6	Rangkuman Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kemasan (X1).....	35
Tabel 4.7	Kualitas dan mutu deterjen daia sesuai dengan citra merek produk tersebut.....	36
Tabel 4.8	Harga yang ditawarkan deterjen daia dapat terjangkau .....	37
Tabel 4.9	Deterjen daia dapat dipercaya dan diandalkan dari produk deterjen yang lain .....	38
Tabel 4.10	Rangkuman Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek (X2).....	39
Tabel 4.11	Konsumen membeli produk deterjen daia karena deterjen daia sesuai dengan kebutuhan konsumen.....	40
Tabel 4.12	Konsumen merasa yakin dan mantap membeli deterjen daia karena kualitas yang diberikan.....	41
Tabel 4.13	Setelah menggunakan produk deterjen daia konsumen akan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan deterjen daia.....	42

Tabel 4.14	Rangkuman Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	43
Tabel 4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan( $X_1$ ) .....	44
Tabel 4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek ( $X_2$ ).....	45
Tabel 4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian(Y) .....	46
Tabel 4.18	Hasil Uji Reliabilitas Variabel $X_1$ , $X_2$ dan Y .....	46
Tabel 4.19	Hasil Uji Multikolinearitas.....	49
Tabel 4.20	Koefisien Korelasi dan R-Square.....	53



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	16
Gambar 4.1 Struktur organisasi.....	27
Gambar 4.2 Grafik histogram.....	.47
Gambar 4.3 Kurva pp-plots.....	.48
Gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas.....	.50

