Abstrak

Ai Samrotul Puadah (1158020014): "Pengaruh Merek Dan Packaging Terhadap keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua".

Aqua adalah sebuah merek air minum dalam kemasan (AMDK) yang diproduksi oleh PT Aqua Golden Mississippi di Indonesia sejak tahun 1973. Selain di Indonesia, Aqua juga diproduksi di Malaysia, Singapura, dan Brunei. Aqua adalah merek AMDK dengan penjualan terbesar di Indonesia dan merupakan AMDK yang paling terkenal di Indonesia, sehingga telah menjadi seperti merek generik untuk AMDK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Merek dan Packaging Terhadap Keputusan pembelian. Dimana variabel independenya yaitu Merek dan Packaging. Sedangkan untuk variabel dependennya yaitu Keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di kalangan Mahasiswa Manajemen Angkatan Tahun 2015. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah melalui Observasi, wawancara dan kuesioner yang diisi oleh responden yaitu Mahasiswa Manajemen. Dalam penelitian ini pengambilan sampel sebanyak 76 responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Merek dan Packaging, sedangkan variabel dependen adalah Keputusan Pembelian. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reliabelitas, uji korelasi, Analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan koefisiensi determinasi (R2).

Hasil analisis menggunakan regresi linier berganda dapat diketahui bahwa Merek dan Packaging Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Keputusan Pembelian Air Minum Aqua. Hasil analisis menggunakan uji t dapat diketahui Merek dan Packaging berpengaruh posistif dan signifikan terhadap keputusan Ai Minum Aqua, dengan Merek atau variabel X1 yang memperoleh thitung sebesar 5,080 pada ttabel dengan derajat kebebsan 73 dan taraf signifikansi 0,005 maka diperoleh ttabel sebesar 1,993 maka (5,080 > 1,993), dan untuk Packaging atau variabel X2 memperoleh thitung sebesar 4,954 pada ttabel dengan derajat kebebsan 73 dan taraf signifikansi 0,005 maka diperoleh ttabel sebesar 1,993 maka 4,954 > 1,993). Dan hasil analisis menggunakan uji f dapat diketahui Merek dan Packaging berpengaruh signifikan dengan niali sebesar 0,000 terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua. Adapun besarnya pengaruh merek dan packaging terhadap keputusan pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua sebesar 60,5%. Hal ini dibuktikan dengan nilai R square yang terdapat pada tabel koefisien determinasi yaitu sebesar 60,5% atau sebesar 0,605. sedangkan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Merek, Packaging, Keputusan Pembelian