

SKRIPSI



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
MEREK CLUB DI JAKARTA BARAT**

Disusun Oleh:

Nama : Salsabila Septiani Taufik

NPM : 2032011412

Jurusan : Administrasi Bisnis

Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2023



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
MEREK CLUB DI JAKARTA BARAT**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Terapan**

Oleh:

**NAMA : SALSABILA SEPTIANI TAUFIK
NPM : 2032011412
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK**

SKRIPSI

**PROGRAM SARJANA TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA
LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA**

JAKARTA, 2023

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

NAMA : SALSABILA SEPTIANI TAUFIK
NPM : 2032011412
JURUSAN : ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI BISNIS SEKTOR PUBLIK
JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)
MEREK CLUB DI JAKARTA BARAT

Diterima dan disetujui untuk dipertahankan

Pada 14 Desember 2023

Pembimbing



Muhammad Rizki, SE., MM

NIP. 19760330.200312.2.001

LEMBAR PENGESAHAN

Diperiksa dan disahkan oleh Tim Penguji Ujian Tugas Akhir Sarjana Terapan Politeknik STIA LAN Jakarta pada 18 Desember 2023

Ketua merangkap Anggota



A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Anita', written in a cursive style.

(Anita, S.Kom., MTI)

Sekretaris merangkap Anggota

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Heny Handayani', written in a cursive style.

(Heny Handayani S.Hum., MM)

Anggota

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Muhammad Rizki', written in a cursive style.

(Muhammad Rizki, SE., MM)

PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Salsabila Septiani Taufik
NPM : 2032011412
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Administrasi Bisnis Sektor Publik

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Club di Jakarta Barat” merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila di kemudian hari penulisan Tugas Akhir ini merupakan **hasil plagiat atau penjiplakan** terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia **menerima sanksi** berdasarkan peraturan Politeknik STIA LAN Jakarta dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 14 Desember 2023

Peneliti



Salsabila Septiani Taufik

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmatNya sehingga peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Club di Jakarta Barat." Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Terapan dalam program D4 Administrasi Bisnis Sektor Publik, Politeknik STIA LAN Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin dapat diselesaikan tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada pihak – pihak yang telah berperan penting dalam proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terimakasih ini peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Nurliah Nurdin, S.Sos, MA. Selaku Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta.
2. Bapak Muhammad Rizki, SE., MM. Selaku Ketua Prodi Administrasi Bisnis Sektor Publik dan Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, perhatian, pengarahan dan masukan yang sangat berharga dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen Politeknik STIA LAN Jakarta yang telah berbagi pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selama perjalanan sebagai mahasiswa.
4. Bapak dan Ibu Bagian Administrasi Akademik dan Kerjasama (BAAK) beserta seluruh staf Politeknik STIA LAN Jakarta.
5. Kedua Orang Tua, Adik dan Eyang Sunter yang selalu memberikan dukungan secara moril dan materiil, sehingga peneliti berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih atas cinta, doa, dan semangat yang selalu diberikan.
6. Arina Fatma, Cahya Dihya, Dita Azra dan Silfiana Diaz selaku teman seperjuangan yang tidak pernah bosan untuk selalu bersama-sama dan selalu memberikan dukungan serta saran konstruktif dalam penelitian berlangsung.

7. Luki Pebrian, Putri Rama dan Rizky Nugroho selaku teman permagangan yang selalu memberikan dukungan dan bantuan dalam menyusun skripsi ini.
8. Teman – teman kelas C yang sudah memberikan semangat dan mewarnai kenangan peneliti selama masa kuliah.
9. Kepada teman-teman seperjuangan yang memberikan motivasi dan dukungan selama perjalanan ini, terima kasih atas kebersamaan dan semangat bersama yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat kekurangan, baik dari segi materi pembahasan, maupun cara penyajiannya dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai kritik dan saran yang bersifat membangun yang dapat membantu memperbaiki dan meningkatkan kualitas skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi sumber referensi yang berguna dan memberikan wawasan yang berharga dalam bidang yang diteliti.

Jakarta, 14 Desember 2023

Peneliti

Salsabila Septiani Taufik

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK CLUB DI JAKARTA BARAT

Salsabila Septiani Taufik, Muhammad Rizki, SE., MM

Banyaknya tawaran produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) yang beragam, membuat konsumen dihadapkan dengan berbagai pilihan produk. Dalam menghadapi persaingan tersebut, perusahaan perlu mempertahankan pangsa pasar dengan cara membentuk citra merek yang positif dan menetapkan harga yang baik di mata konsumen. Pada dasarnya citra merek dan harga turut andil dalam penentuan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan sampel *non-probability* sampling dan teknik *purposive* sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 385 responden dengan menggunakan kuesioner yang disebar di Jakarta Barat. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, sementara analisis data dilakukan melalui uji regresi linier berganda dengan mempertimbangkan uji asumsi klasik. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek dan harga, baik secara parsial maupun simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan peneliti mempertimbangkan variabel yang lain untuk memahami pengaruh terhadap keputusan pembelian secara lebih luas. Bagi perusahaan, diharapkan untuk selalu menjaga dan meningkatkan citra merek serta menjaga harga yang baik di mata konsumen agar dapat memperoleh kepercayaan konsumen dan tetap dapat bersaing dipasaran. Disamping itu diharapkan perusahaan melakukan inovasi seperti penyesuaian ukuran kemasan, penggunaan kemasan ramah lingkungan, menggunakan brand ambassador, dan variasi tingkat pH pada produk.

Kata kunci: citra merek; harga; keputusan pembelian
85 + xii halaman; 3 gambar; 21 tabel; 4 grafik; 7 lampiran
Daftar Pustaka: 58 (2011 – 2023)

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRICE ON THE DECISION TO PURCHASE CLUB BRAND BOTTLED DRINKING WATER IN WEST JAKARTA

Salsabila Septiani Taufik, Muhammad Rizki, SE., MM

The number of offers of various bottled drinking water (AMDK) products makes consumers faced with various product choices. In facing this competition, companies need to maintain market share by forming a positive brand image and setting a good price in the eyes of consumers. Basically, brand image and price contribute to determining consumer purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of brand image and price partially and simultaneously on purchasing decisions. This research method uses a quantitative approach with a non-probability sampling method and purposive sampling technique. The sample used in this study was 385 respondents using questionnaires distributed in West Jakarta. Data processing was carried out using the SPSS version 25 application, while data analysis was carried out through multiple linear regression tests by considering the classical assumption test. The results of this study indicate that the variables of brand image and price, both partially and simultaneously, have an effect on purchasing decisions. For future research, it is hoped that researchers will consider other variables to understand the influence on purchasing decisions more broadly. For companies, it is hoped that they will always maintain and improve their brand image and maintain a good price in the eyes of consumers in order to gain consumer trust and remain competitive in the market.

Keywords: brand image; price; purchase decision

85 + xii pages; 3 figures; 21 tables; 4 graphs; 7 attachments

Bibliography: 58 (2011 - 2023)

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I PERMASALAHAN PENELITIAN	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Permasalahan	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Definisi Operasional Variabel dan Indikatornya	39
D. Kerangka Berpikir.....	40
E. Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Metode Penelitian.....	42
B. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data	44
D. Instrumen Penelitian.....	45
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen	46
F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	50

BAB IV HASIL PENELITIAN	56
A. Penyajian Data	56
B. Pembahasan.....	58
C. Sintesis Pemecahan Masalah	73
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	121



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Persentase Rumah Tangga Menurut Sumber Utama Air Minum dan Kota di DKI Jakarta Tahun 2022.....	2
Tabel 1.2	Top Brand Indeks Kategori AMDK di Indonesia.....	3
Tabel 1.3	Daftar Harga AMDK di Jakarta Barat.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 2.2	Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.1	Skala Likert	45
Tabel 3.2	Hasil Uji Validasi.....	47
Tabel 3.3	Tingkat Reliabilitas	49
Tabel 3.4	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.1	Pertanyaan Penyaring Berdasarkan Pernah Membeli atau Tidak	58
Tabel 4.2	Pertanyaan Penyaring Berdasarkan Berapa Kali Membeli	59
Tabel 4.3	Distribusi Jawaban Citra Merek (X_1).....	63
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Harga (X_2).....	65
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel 4.6	Hasil Uji Normalitas.....	69
Tabel 4.7	Hasil Uji Multikolinieritas	71
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi	72
Tabel 4.9	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	73
Tabel 4.10	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	74
Tabel 4.11	Hasil Uji Parsial (Uji T)	75
Tabel 4.12	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Divisi PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.	56
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70



**POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A**

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Grafik 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Grafik 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Grafik 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Bulanan	62



**POLITEKNIK
STIALAN
JAKARTA**

BAB I

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Air adalah suatu kebutuhan mendasar yang sangat esensial bagi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Kementerian Kesehatan (2022) mengatakan bahwa tubuh manusia pada umumnya terdiri dari air dalam jumlah yang mencapai lebih dari 50-60% dari komposisi tubuh. Air memiliki peran penting dalam menjaga proses kehidupan manusia dan mendukung kesehatan manusia. Dalam tubuh manusia, air digunakan sebagai sumber nutrisi, mineral, dan zat kimia yang diperlukan untuk menjalankan berbagai fungsi biologis. Semua proses dalam tubuh manusia bergantung pada ketersediaan air yang cukup. Oleh karena itu, penting untuk memastikan tubuh selalu terhidrasi untuk menjaga kesehatan dan kelangsungan hidup yang optimal.

Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk, permintaan akan air meningkat, dan ini menciptakan peluang bisnis bagi banyak perusahaan. Selain itu, tren konsumsi saat ini menunjukkan bahwa banyak orang lebih suka minuman yang praktis dan sederhana, seperti Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). AMDK adalah air yang telah diproses, tanpa bahan pangan lainnya dan bahan tambahan pangan, dikemas, serta aman untuk diminum (Peraturan Menteri Perindustrian RI Pasal 1 Nomor: 96/MIND/PER/12/2011). Produk AMDK menjadi salah satu produk instan yang tersedia di pasaran dengan sejumlah keunggulan dan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen.

Di masa lalu, AMDK dianggap sebagai gaya hidup masyarakat, tetapi sekarang telah menjadi kebutuhan pokok bagi banyak orang. Di Indonesia, khususnya di kota-kota besar, konsumsi AMDK terus mengalami peningkatan. Dikutip dari Walfare.id (2022), berdasarkan data dari Indonesia Water Institute (IWI) sekitar 65 persen masyarakat telah beralih dari menggunakan air tanah sebagai sumber air minum menjadi menggunakan produk AMDK. Laporan dari DataIndonesia.id (2022) menegaskan bahwa penurunan penggunaan air

tanah ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk peningkatan suhu akibat perubahan iklim, perubahan tata ruang wilayah yang mengurangi fungsi resapan air, dan masalah kualitas air minum dari sumber non-AMDK yang tercemar oleh bakteri E. coli. Semua faktor ini menimbulkan tantangan serius dalam memenuhi kebutuhan air minum yang berkualitas, sehingga banyak masyarakat yang beralih ke AMDK dan hal ini menyebabkan perubahan pola konsumsi yang signifikan di masyarakat.

Tabel 1.1
Persentase Rumah Tangga Menurut Sumber Utama Air Minum
dan Kota di DKI Jakarta Tahun 2022

Kota	Leding	Pompa	Air Minum Dalam Kemasan	Sumur Terlindung	Lainnya
Jakarta Selatan	0,33%	37,05%	60,78%	1,30%	0,54%
Jakarta Timur	2,27%	19,25%	77,07%	1,10%	0,31%
Jakarta Pusat	16,70%	5,24%	77,71%	0,35%	–
Jakarta Barat	10,67%	3,46%	85,74%	–	0,13%
Jakarta Utara	12,92%	4,60%	81,92%	0,46%	0,10%

Sumber: Badan Pusat Statistik DKI Jakarta

Tabel tersebut menunjukkan mayoritas sumber air minum yang digunakan adalah AMDK. Dari data dalam tabel tersebut diketahui bahwa Jakarta Barat menjadi pengguna AMDK terbanyak, dengan mencapai persentase sebesar 85,74%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar penduduk di Jakarta Barat mengandalkan AMDK sebagai sumber utama air minum mereka. Selain itu, diketahui bahwa persentase penggunaan AMDK jauh lebih tinggi dibandingkan dengan penggunaan sumber air minum lain seperti leding, pompa, sumur terlindung dan lainnya. Data tersebut menunjukkan bahwa AMDK mempunyai popularitas yang signifikan saat ini. Hal ini dikarenakan kenyamanan dan kualitas yang ditawarkan oleh AMDK lebih unggul dibandingkan dengan sumber air minum lainnya.

AMDK terus mengalami peningkatan dalam penjualannya. Asosiasi Perusahaan Air Kemasan Indonesia (Aspadin) menjelaskan bahwa kinerja penjualan AMDK tumbuh di atas 5% pada tahun 2022, yang menunjukkan peningkatan permintaan dari konsumen. Dilansir dari validnews.id (2022) berdasarkan pada data Kementerian Perindustrian, diketahui bahwa jumlah industri AMDK di Indonesia diperkirakan sebanyak 900 pelaku usaha dengan sekitar 2.000 merek. Hal ini merupakan hal yang harus diwaspadai bagi para pelaku usaha AMDK, mengingat persaingan AMDK yang semakin ketat. Dari jumlah diatas terdapat sekitar lima perusahaan yang mendominasi pasar AMDK seperti Aqua, Le Mineral, Ades, Cleo, dan Club, sementara sisanya adalah merek-merek AMDK lokal yang bersaing di wilayah-wilayah tertentu di Indonesia. Dalam persaingan sengit antara perusahaan AMDK, konsumen menjadi sangat berhati-hati dalam membuat keputusan pembelian.

Tabel 1.2

**Top Brand Indeks Kategori Air Minum Dalam Kemasan di Indonesia
Tahun 2020 – Agustus 2023**

Merek	2020	2021	2022	Agustus 2023
Aqua	61.5%	62.5%	57.2 %	55,01%
Le Mineral	6.1%	4.6%	12.5%	14,5%
Ades	7.8%	7.5%	6.4%	5,3%
Cleo	3.7%	3.7%	4.2%	4,2%
Club	6.6%	5.8%	3.8%	3,5%

Sumber: Top Brand Award

Dari tabel 1.2 yang disajikan, terlihat bahwa selama 4 tahun terakhir merek-merek AMDK tersebut masih menjadi 5 top brand yang dipimpin oleh merek Aqua. Namun dari merek-merek AMDK tersebut, terdapat merek AMDK yang mengalami penurunan persentase peringkat *top brand*, diantaranya yaitu Aqua, Ades dan Club. Dari ketiga merek tersebut, AMDK

merek Club menunjukkan penurunan persentase peringkat *top brand* yang paling signifikan, ditandai dengan persentase terendah dan penurunan yang terus menurun sepanjang periode dari tahun 2020 – Agustus 2023. Pada tahun 2020, persentase AMDK merek Club mencapai 6,6%, mengalami penurunan menjadi 5,8% pada tahun 2021, kemudian menurun lagi menjadi 3,8% pada tahun 2022, dan mencapai titik terendah 3,5% pada Agustus 2023.

Tabel 1. 3
Daftar Harga Air Minum Dalam Kemasan di Jakarta Barat
Bulan Agustus – September Tahun 2023

Merek	Harga/Dus				Harga/Galon
	220 ml	330 ml	600 ml	1500 ml	19 liter
Aqua	35.000	39.000	48.000	55.000	58.000
Le Mineral	-	38.000	45.000	52.000	-
Ades	26.000	37.000	42.000	50.000	-
Cleo	24.000	37.000	40.000	50.000	40.000
Club	22.000	34.000	36.000	40.000	46.000

Sumber: Data Diolah Peneliti

Dari tabel tersebut terlihat bahwa harga AMDK merek Aqua adalah yang tertinggi, sementara AMDK merek Club memiliki harga yang paling rendah. AMDK merek Club memiliki kemampuan untuk bersaing secara harga dengan merek sejenis meskipun kualitas yang ditawarkan relative sama dengan yang ditawarkan oleh merek lain. Namun, walaupun harga AMDK merek Club lebih murah dibandingkan yang lain, AMDK merek Club tetap kalah bersaing dalam peringkat *top brand* dengan merek – merek lain.

Club merupakan sebuah merek AMDK yang pertama kali diproduksi pada tahun 1988 oleh PT. Tirta Tama Bahagia, yang kemudian mengganti namanya menjadi PT. Tirta Sukses. Sebelumnya PT. Tirta Sukses Perkasa adalah anak perusahaan dari PT. Indofood Anugerah Sukses Barokah. Seiring

dengan perjalanan waktu dan perkembangannya, merek tersebut kemudian diakuisisi oleh PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Pada November 2013, AMDK merek Club menghadirkan perubahan signifikan dengan meluncurkan logo dan kemasan baru, yang kemudian diikuti dengan pembaruan kembali pada bulan April 2019.

Beberapa penelitian mengenai citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian telah dilakukan oleh peneliti terdahulu dan temuan-temuan tersebut menunjukkan hasil yang berbeda-beda. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dwi Tesna (2021) ditemukan bahwa citra merek dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Amirudin M. Amin dan Shania Natasha (2020) menunjukkan bahwa citra merek dan harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka judul penelitian ini yaitu **“Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Club”**

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club?
3. Apakah citra merek dan harga berpengaruh secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek Club.

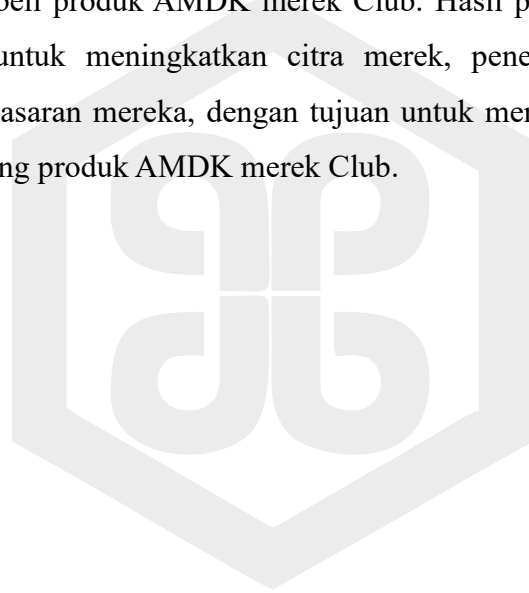
D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijelaskan, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi dan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang bermanfaat dalam bidang pemasaran, membantu dalam memahami bagaimana. pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian.
 - b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan teori tentang pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat berperan dalam mendukung dan memperkaya literatur yang ada mengenai topik ini.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Konsumen
Konsumen dapat menggunakan temuan penelitian ini sebagai panduan ketika memilih produk air minum dalam kemasan. Konsumen akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai pengaruh citra merek dan harga, sehingga mereka dapat membuat keputusan pembelian yang lebih cerdas.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen Club lebih memahami aspek – aspek yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk AMDK merek Club. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk meningkatkan citra merek, penetapan harga, dan strategi pemasaran mereka, dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing produk AMDK merek Club.



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A