

**PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Konsumen Produk Air Demineral
Cleo di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya)**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Penyelesaian Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh:

Mohammad Zaki Nabilun Nuha

Nim: 202010160311561

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Survei pada Konsumen Produk Air Demineral Cleo
di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya)

Oleh:

Mohammad Zaki Nabilun Nuha

202010160311561

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 Oktober 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Prof. Dr. Widayat, M.M.

Eka Kadharpa Utama Dewayani, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

M. Saifulhadi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Konsumen Produk Air Demineral Cleo
di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya)

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Mohammad Zaki Nabilun Nuha**

NIM : **202010160311561**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 Oktober 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Prof. Dr. Widayat, M.M.**

Pembimbing II : **Eka Kadharpa Utama Dewayani, S.E., M.M.**

Penguji I : **Novita Ratna Sattiti, S.E., M.M. Ph.D.**

Penguji II : **Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

M. Sri Wahyuni S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : Mohammad Zaki Nabilun Nuha

NIM : 202010160311561

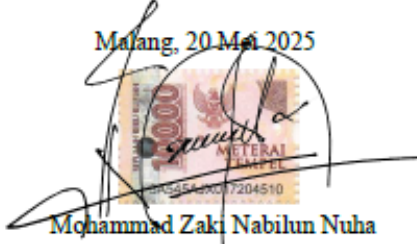
Program Studi : Manajemen

Email : mznaabill@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya serta, bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 Mei 2025



Mohammad Zaki Nabilun Nuha

**PENGARUH DESAIN KEMASAN DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Survei pada Konsumen Produk Air Demineral
Cleo di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya)**

M Zaki Nabilun N¹⁾, Prof. Dr. Widayat, M.M²⁾, Eka Kadharpa, UD, SE., M.M³⁾

Prodi Manajemen¹⁾, Universitas Muhammadiyah Malang²⁾, Indonesia³⁾

Email: mznaabill@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen produk air demineral Cleo di Kecamatan Rungkut, Kota Surabaya. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* yang melibatkan 100 responden berusia 19-40 tahun yang telah membeli produk Cleo. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung 2,681 > t tabel 1,984; sig. 0,009 < 0,05), citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (t hitung 9,998 > t tabel 1,984; sig. 0,000 < 0,05), serta desain kemasan dan citra merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (F hitung 137,507 > F tabel 3,090; sig. 0,000 < 0,05) dengan kontribusi sebesar 73,9% (Adjusted $R^2 = 0,739$). Temuan ini memberikan implikasi strategis bagi perusahaan untuk mengoptimalkan desain kemasan dan memperkuat citra merek dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: Desain kemasan, citra merek, keputusan pembelian

***THE INFLUENCE OF PACKAGING DESIGN
AND BRAND IMAGE ON PURCHASE DECISIONS
(Survey on Consumers of Cleo Demineralized Water
Products in Rungkut District, Surabaya City)***

Mohammad Zaki Nabilun Nuha¹⁾, Widayat²⁾, Eka Kadharpa³⁾

Management Department¹⁾, University of Muhammadiyah Malang²⁾, Indonesia³⁾

Email: mznaabill@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of packaging design and brand image on consumer purchase decisions for Cleo demineralized water products in Rungkut District, Surabaya City. The research employed a quantitative method with purposive sampling technique involving 100 respondents aged 19-40 years who had purchased Cleo products. Data were collected using a Likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS. The results showed that packaging design had a positive and significant effect on purchase decisions (t -value 2.681 > t -table 1.984; sig. 0.009 < 0.05), brand image had a positive and significant effect on purchase decisions (t -value 9.998 > t -table 1.984; sig. 0.000 < 0.05), and packaging design and brand image simultaneously had a significant effect on purchase decisions (F -value 137.507 > F -table 3.090; sig. 0.000 < 0.05) with a contribution of 73.9% (Adjusted $R^2 = 0.739$). These findings provide strategic implications for companies to optimize packaging design and strengthen brand image in enhancing consumer purchase decisions.

Keywords: Packaging design, brand image, purchase decision

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur yang sangat mendalam saya ucapkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Segala atas percikan kasih, hidayah, Rahmat, dan taufiq-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh Desain Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian” dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan shalawat senantiasa melimpah kehariban Muhammad SAW, Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a shalawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabat-Nya, para syuhada', para mushanifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik SE., M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. M. Sri Wahyudi S, S.E., M.E., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Prof. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Prof. Dr. Widayat, MM selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
5. Eka Kadharpa Utama Dewayani, UD, SE., M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, meluangkan waktu serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

6. Seluruh dosen Manajemen FEB UMM yang memberikan ilmu, materi perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan kuliah untuk menempuh gelar Sarjana Manajemen.
7. Ayahanda Imam Suyuti dan Ibunda Mahbubah selaku orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan yang terbaik bagi penulis.
8. Seluruh pihak yang tidak saya sebutkan satu persatu yang telah membantu saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kepada mereka semua, hanya ungkapan terimakasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan roqib sebagai ibadah yang tiada ternilai.

Malang, 20 Mei 2024

Mohammad Zaki Nabilun Nuha

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	1
LEMBAR PERSETUJUAN	2
PERNYATAAN ORISINALITAS	3
ABSTRAK	4
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR PUSTAKA	13
SERTIFIKAT PLAGIASI	15
BAB I	16
PENDAHULUAN	16
1.1 LATAR BELAKANG	16
1.2 RUMUSAN MASALAH	21
1.3 TUJUAN PENELITIAN	21
1.4 MANFAAT PENELITIAN	22
BAB II	23
KAJIAN PUSTAKA	23
2.1 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU	23
2.2 LANDASAN TEORI	34
2.2.1 Desain Kemasan	34
2.2.2 Citra Merek	36
2.2.3 Keputusan Pembelian	38
2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL	39
2.3.1 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.3.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.3.3 Pengaruh Desain Kemasan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	40

2.4	KERANGKA PEMIKIRAN	41
2.5	HIPOTESIS PENELITIAN	42
BAB III	43
METODE PENELITIAN	43
3.1	JENIS PENELITIAN	43
3.2	LOKASI PENELITIAN.....	43
3.3	POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING	44
3.3.1	Populasi.....	44
3.3.2	Sampel.....	44
3.3.3	Teknik Sampling	45
3.4	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL DAN ALAT PENGUKURAN ..	46
3.4.1	Definisi Operasional.....	46
3.4.2	Pengukuran Variabel	48
3.5	JENIS DAN SUMBER DATA.....	49
3.6	METODE PENGUMPULAN DATA.....	49
3.7	UJI INSTRUMEN PENELITIAN	49
3.7.1	Uji Validitas.....	49
3.7.2	Uji Reliabilitas	50
3.8	TEKNIK ANALISIS DATA	51
3.8.1	Regresi Linier Berganda	51
3.8.2	Uji Asumsi Klasik	52
3.8.3	Uji Hipotesis	53
BAB IV	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	55
4.1	GAMBARAN UMUM PRODUK	55
4.2	GAMBARAN KARAKTERISTIK RESPONDEN	56
4.2.1	Jenis Kelamin.....	56
4.2.2	Umur	57
4.3	HASIL UJI INSTRUMEN	58
4.3.1	Uji Validitas.....	58

4.3.2	Uji Reliabilitas	59
4.4	HASIL ANALISIS DATA.....	60
4.4.1	Regresi Linier Berganda	60
4.4.2	Uji Asumsi Klasik	61
4.4.3	Uji Hipotesis	64
4.5	PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	68
4.5.1	Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Demineral Cleo.....	68
4.5.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Demineral Cleo	69
4.5.3	Pengaruh Desain Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Air Demineral Cleo.....	69
BAB V.....		71
PENUTUP.....		71
5.1	KESIMPULAN.....	71
5.2	SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA.....		74
LAMPIRAN.....		76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penjualan Produk Air Demineral Cleo Tahun 2021 - 2024	18
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Skala Likert.....	48
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3 Hasil Rekapitulasi Uji Validitas	58
Tabel 4.4 Hasil Rekapitulasi Uji Reliabilitas	59
Tabel 4.5 Persamaan Regresi Linier Berganda	60
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	63
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji f.....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas.....	64



DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, S. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk terhadap keputusan pembelian kosmetik maskara Maybelline. *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 14–25.
- Atho'urrohman, W., & Hariasih, M. (2024). Peranan desain kemasan, variasi produk, dan harga dalam keputusan pembelian konsumen. *Journal Pemberdayaan Ekonomi dan Masyarakat*, 1(2), 1-17. <https://doi.org/10.47134/jpem.v1i2.255>
- Bekimbetova, M. (2024). Consumer decision making process: An analysis of consumer decision making process of marketing. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/380431816_Consumer_Decision_Making_Process_an_Analysis_Of_Consumer_Decision_Making_Process_of_Marketing
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2024). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Firmansyah, A., & Shiratina, A. (2024). Pengaruh label halal, citra merek, dan packaging design terhadap keputusan pembelian produk Wardah. MANIS: *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 8(1), 12-21.
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Julianti, S. (2023). Pengaruh desain kemasan, word of mouth, dan harga terhadap keputusan pembelian Cimory yogurt squeeze (Studi kasus: Pada mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 257–264.
- Kamajaya, V., & Wiyadi. (2024). Pengaruh citra merek, desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Ortuseight di Surakarta. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4737–4749. <http://journal.yrpiuku.com/index.php/msej>
- Keller, K. L. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (5th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2023). *Principles of marketing* (19th ed.). Pearson.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed., Global Edition). Pearson Education.
- Partiwi, A. (2021). Pengaruh kemasan dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen Modal dan Bisnis*, 2(1), 77–87.
- Permatasari, D., & Melinda, T. (2023). Pengaruh kualitas produk, desain kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen tepung moccaf di PT Ayo Tani Berjaya. *Journal of Indonesia Marketing Association*, 2(1), 14-24.
- Rehansyah, F., & Simatupang, L. N. (2023). Pengaruh desain produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas (Studi pada mahasiswa FEB Universitas Satya Negara Indonesia). *Jurnal Manajemen USNI*, 7(2), 20–32. <https://doi.org/10.54964/manajemen>
- Riyanto, J., Muchayatin, & Cahya, S. D. (2023). Pengaruh desain kemasan, citra merek dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen (Studi pada konsumen Le Deminerale di Kota Semarang). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 7(1), 1–11. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/>
- Salsabila, N., Mahdi, S. N., Purnama, F. K., Putri, V. A., & Hakim, M. I. (2024). The impact of brand image on customer satisfaction and brand loyalty: A systematic literature review. *Heliyon*, 10(16), e35821. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e35821>
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh store atmosphere, citra merek, kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk kosmetik halal. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 240–253. <http://jurnal.kolibi.org/index.php/>
- Setiawan, C. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sirup Tjampolay di Pusat Oleh-Oleh Cirebon. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 317. <https://doi.org/10.30647/jip.v28i3.1760>
- Šostar, M., & Ristanović, V. (2023). Assessment of influencing factors on consumer behavior using the AHP model. *Sustainability*, 15(13), 10341. <https://doi.org/10.3390/su151310341>
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D* (6th ed.). Alfabeta.
- Wijayanti, H. (2023). Pengaruh lokasi, harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian rumah Surodinawan Grandsite pada PT. Dwi Mulya Jaya Mojokerto. *Majalah Ekonomi*, XX(1).

SERTIFIKAT PLAGIASI



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 3/10/2025

Kode : 2769409623
Nama : Mohammad Zaki Nabilun Nuha
NIM : 202010160311561
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : Pengaruh Desain Kemasan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Produk Air Mineral Cleo di Kota Surabaya)
Persentase Plagiasi : 4%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

