

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KESADARAN MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM  
DALAM KEMASAN (AMDK) MUTISQUA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Kefamenanu)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis Universitas Timor*



**OLEH**

**LIDFINA MAKUN**  
**41180063**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TIMOR  
KEFAMENANU  
2022**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)  
MUTISQUA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Kefamenanu)**


**Diajukan Oleh**

**LIDFINA MAKUN  
41180063**

**Pembimbing Utama**

**Pendamping Pembimbing**

  
**Berno B. Mitang, SE/MM  
NIP. 19700 726 200501 1 001**

  
**Dominikus K. Duli, SE.MM  
NIP. 195910272013051001**

**Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen**

  
**Elfrida D. Naihati, SE.,MM  
NIP:1988052223 201504 2 002**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN KESADARAN MEREK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK)  
MUTISQUA**

**(Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Kefamenanu)**

Skripsi Ini telah dipertahankan Dalam Ujian Skripsi Yang dilaksanakan pada :

Hari : Kamis  
Jam : 14.00-15.30  
Tempat : Ruangan Feb II  
Nama : Lidfina Makun  
NPM : 41180063  
Dinyatakan Lulus dengan nilai : B  
Predikat kelulusan : Sangat Memuaskan

**Tim Penguji**

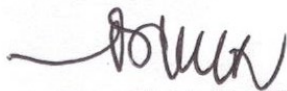
**Penguji I**

  
**Imelda Thein, SE.,MM**  
NIP : 19790321 200501 001

**Penguji II**

  
**Berno B. Mitang, SE.,MM**  
NIP : 197007262005011001

**Penguji III**

  
**Dominikus K. Duli, SE.,MM**  
NIP. 195910272013051001

**Mengetahui**  
**Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

  
**Dr. Kamilaus Konstance Oki, SE.,ME**  
NIP: 19690925200501 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi dengan judul “Pengaruh *Brand Image* dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Mutisqua”. Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh Gelar sarjana disuatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh Sarjana Ekonomi (S.E) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70) .



## **MOTTO**

Tiada Kesuksesan Yang Diraih Tanpa Adanya  
Usaha, Kerja Keras dan Doa

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini, penulis persembahkan dengan kerendahan hati penulis kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Zakarias Makun dan Mama Halena Bona, terimakasih untuk kasih sayang, motivasi, nasihat, serta doa-doa yang tidak pernah putus sampai saat ini.
3. Kakak Yeni Makun, Udis Makun, Yuli Makun dan Ota Makun yang selalu memberikan saya semangat dan memotivasikan saya untuk selalu semangat dan tidak pantang menyerah.
4. Keluarga Besar Makun, Afeanpah dan Tabati.
5. Bapak/ibu dosen yang membimbing, mengajar, mendidik dan mengarahkan dengan sepenuh hati dan tanpa menuntut balas selama kuliah.
6. Keluarga besar Program Studi Manajemen, khususnya Manajemen 2018 B yang selalu memberikan semangat berjuang untuk meraih kesuksesan.
7. Almamaterku tercinta Universitas Timor

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Brand Image* Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Mutisqua (Studi Terhadap Masyarakat Kota Kefamenanu)**”.

Penyelesaian penulisan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan rendah hati penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak, Berno B.Mitang, SE.,MM Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
2. Bapak, Dominikus K. Duli, SE.,MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah dengan sabar mengorbankan waktu dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam penulisan Skripsi ini.
3. Ibu, Elfrida Desiderata Naihati, SE.,MM Selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Skripsi ini.
4. Bapak, Dr.Kamilaus K. Oki, SE.,ME selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Timor yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan Skripsi ini.

5. Bapak/Ibu Karyawan-Karyawati Fakultas Ekonomi Dan Bisnis dalam membantu pembuat administrasi demi kelancaran penulisan Skripsi ini.
6. Direktur dan Staf Karyawan CV. Timor Mutisqua Indonesia yang sudah membantu saya dalam melaksanakan penelitian skripsi saya.
7. Ayah, ibu serta kakak-kakakku yang selalu mendoakan, mendukung dan memberikan motivasi untuk bersemangat dan tak mengenal tak putus asa sehingga dapat menyelesaikan Skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu demi satu, yang telah memberikan bantuan baik moril dan maupun materil kepada penulis selama menjalani proses pendidikan hingga pada penulisan skripsi ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan didalam penulisan skripsi ini, oleh karenanya penulis senantiasa mengharap kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan dimasa mendatang. Besar harapan penulis, semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi pembaca.

Kefamenanu, 2022

**Lidfina Makun**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
2.1 <i>Brand Image</i> .....	9
2.2 Kesadaran Merek .....	14
2.3 Keputusan Pembelian .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	18
2.5 Hubungan Teoritis Antar Variabel dan Perumusan Hipotesis .....	20
2.6 Paradigma penelitian .....	24
2.7 Definisi Operasional dan Variabel Pengukuran.....	24

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>25</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	25
3.2 Populasi dan Sampel .....	25
3.3. Data dan Variabel penelitian.....	26
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.5 Uji Instrumen Penelitian .....	27
3.6 Uji Asumsi Klasik .....	28
3.7 Teknik Analisis Data .....	31
3.8 Teknik Uji Hipotesis .....	34
3.9 Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ ) .....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
4.1 Gambaran umum perusahaan.....	34
4.2 Karakteristik Responden .....	37
4.3 Hasil Uji Instrumen.....	38
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	41
4.5 Hasil Analisis Data.....	48
4.6 Pembahasan.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
5.1 Kesimpulan .....	64
5.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan CV. Timor Mutisqua Indonesia ..	2
Tabel 1.2 Hasil wawancara.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 2.2 Defini Konsep dan Pengukuran Variabel .....	22
Tabel 4.1 karakteristik responden menurut jenis kelamin.....	37
Tabel 4.2 Karakteristik responden menurut umur.....	38
Tabel 4.3 Ringkasan hasil uji validitas.....	39
Tabel 4.4 Ringkasan hasil uji reliabilitas .....	40
Tabel 4.5 one sampel kolmogrof-simirnof.....	42
Tabel 4.6 Hasil uji Multikolinearitas.....	44
Tabel 4.7 Hasil uji autokorelasi.....	45
Tabel 4.8 Hasil uji Linearitas X1 terhadap Y.....	47
Tabel 4.9 Hasil uji Linearitas X2 terhadap Y.....	48
Tabel 4.10 Rekapitulasi jawaban responden variabel (X1.....	49
Tabel 4.11 Rekapitulasi jawaban responden variabel (X2.....	51
Tabel 4.12 Rekapitulasi jawaban responden keputusan pembelian (Y).....	53
Tabel 4.13 Regresi sederhana pengaruh variabel (X1) dan (Y).....	55
Tabel 4.14 Regresi sederhana pengaruh variabel (X2) dan Y.....	58
Tabel 4.15 Regresi sederhana pengaruh X1,X2, dengan Y.....	60

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida Kesadaran Merek.....	13
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	22
Gambar 4.1 diagram Uji Normalitas.....	42
Gambar 4.2 Scantterplot uji heteroskedastisitas.....	46

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 4.1 Karakteristik Responden Menurut Umur .....	38
Grafik 4.2 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (X1) .....	49
Grafik 4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden variabel (X2) .....	51
Grafik 4.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel (Y) .....	53

## ABSTRAK

**Lidfina Makun 41180063:** Pengaruh *Brand Image* Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). Dibawah bimbingan bapak Berno B. Mitang, SE.,MM selaku pembimbing I dan Bapak Dominikus K. Duli, SE.,MM selaku Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh parsial dan simultan antara variabel *Brand Image* (X1) dan Kesadaran Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Mutisqua. Data yang digunakan dalam Penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari Koesioner yang dibagikan kepada masyarakat Kota Kefamenanu. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan software SPSS 20.0 dengan hasil analisis sebagai berikut: *Brand Image* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung (2,468) dan t tabel (1,667) dengan tingkat signifikansi ( $0,015 < 0,05$ ). Koefisien determinasi ( $R^2$ ): 0,83 atau 8,3% dan R: 0,289 % artinya ada hubungan yang korelasi cukup antara variabel *Brand Image* dengan keputusan pembelian. Kesadaran Merek (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan bahwa dari nilai t hitung (2,432) t tabel (1,667) dengan tingkat signifikansi ( $0,012 < 0,05$ ). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ): 0,88 atau 8,8% dan R: 0,297 hal ini berarti ada hubungan yang korelasi Cukup antara variabel kesadaran merek dengan keputusan pembelian.

Secara simultan variabel *Brand Image* (X1) dan Kesadaran Merek (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) hal ini dibuktikan dari nilai F tabel sebesar 3,138 dan F hitung sebesar 6,272. Dengan demikian maka F hitung lebih besar dari F tabel ( $6,272 > 3,138$ ) maka disimpulkan bahwa simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel *Brand Image*(X1), Kesadaran Merek (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikansi ( $0,03 < 0,05$ ) koefisien determinasi  $R^2$ : 0,158 atau 15,8% sedangkan sisa sebesar 84,2 % diambil dipengaruhi variabel variabel lain.

**Kata kunci:** *Brand Image, Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian*