

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
TRULY CHOCO DALAM PENJUALAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

**SKRIPSI**



Nama : Dhea Anisa Ramadhayanti

Nim : 43119210066

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

**PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KEMASAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
TRULY CHOCO DALAM PENJUALAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM**

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen  
Universitas Mercu Buana Bekasi



Nama : Dhea Anisa Ramadhayanti

NIM : 43119210066

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Dhea Anisa Ramadhayanti  
NIM : 43119210066  
Program Studi : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Cita Rasa, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Truly Choco Dalam Penjualan Media Sosial Instagram  
Tanggal Sidang : 11 April 2023

Disahkan oleh :  
Pembimbing



Merdiyanti Rika Kusuma, SH., M.M

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ketua Program Studi S1 Manajemen

MERCU BUANA

Two blue ink signatures are written over a large, light blue watermark of the text 'MERCU BUANA'.

Dr. Nurul Hidayah, M.Si., Ak., CA

Dudi Permana, Ph.D

LPTA 04232332



Please Scan QRCode to Verify

## SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhea Anisa Ramadhayanti

NIM : 43116320066

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 8 Juni 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA



Dhea Anisa Ramadhayanti

## KATA PENGANTAR

### Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah Segala puji syukur atas nikmat dan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan segala rahmat, dan karunia-nya kepada peneliti sehingga, penulis dapat mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, CITA RASA DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK TRULY CHOCO DALAM PENJUALAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tentunya keberhasilan penyusunan skripsi ini tak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak, khususnya ibu Merdiyanti Rika Kusuma, SH, MM selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat kepada peneliti. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah mencurahkan anugerah-nya dan peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Ibu Dr. Nurul Hidayah, M. Si. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dudi Permana, MM. Ph.d., selaku Ketua Program Studi S-1 Manajemen Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Dr. Eri Marlapa, SE., MM., selaku Sekertaris Program Studi S1-Manajemen Universitas Mercu Buana Kampus D Kranggan.
5. Ibu Tukhas Shilul Imaroh, Dr, MM., selaku dosen Tugas Akhir yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat selama satu semester ini.
6. Ibu Yanti Murni, Dra., MM selaku Dosen Metodologi Penelitian Pemasaran terima kasih telah membantu memberikan bimbingan, pengetahuan serta ilmu yang sangat bermanfaat kepada peneliti.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana, terima kasih dengan dedikasi dan keikhlasan atas curahan ilmu yang Bapak dan Ibu berikan kepada peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta. Mama Heny Kristymorawati terima kasih untuk menjaga, menyayangi, mendidik, dan membimbing serta selalu mendoakan peneliti. Bapak Yuyun Rubiyanto terima kasih untuk support, kerja keras dan pengorbanannya. Adik-adik tercinta Syahrul Ramadhan, Nur Aini Oktaviyanti, dan Arsyla Putri Nadzifah yang telah memberikan dukungan serta perhatian kepada peneliti. Tante Fitri Yuni Fatmawati terima kasih sudah membantu dalam memberikan data serta dukungan dan doa kepada peneliti.

9. Teman-teman di Universitas Mercubuana Jakarta Kampus D Kranggan Khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah membantu dalam pembuatan penelitian, serta memberikan semangat dan doanya.
10. Sahabat Inggid Wulan Juniar yang telah membantu dalam pembuatan penelitian, serta semangat, dan doanya.
11. Pihak-pihak lain yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb**

Jakarta, 8 April 2022



Dhea Anisa Ramadhayanti



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b>	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	ii
<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI</b>	iii
<b>ABSTRAK</b>	iv
<b>ABSTRACT</b>	v
<b>KATA PENGANTAR</b>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kontribusi Penelitian	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS</b>	11
A. Kajian Pustaka	11
1. Manajemen Pemasaran	11
a. Definisi Manajemen Pemasaran	11
2. Keputusan Pembelian	12
a. Definisi Keputusan Pembelian	12
b. Dimensi Keputusan Pembelian	13
c. Indikator Keputusan Pembelian	13
3. Harga	14
a. Definisi Harga	14
b. Dimensi Harga	15
c. Indikator Harga	17
4. Cita Rasa	17
a. Definisi Cita Rasa	17
b. Dimensi Cita Rasa	19
c. Indikator Cita Rasa	19
5. Kemasan	20
a. Definisi Kemasan	20
b. Dimensi Kemasan	21
c. Indikator Kemasan	22
B. Penelitian Terdahulu	22
C. Kerangka Konseptual	25
D. Pengembangan Hipotesis	27



<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	28
	A. Waktu dan Tempat Penelitian	28
	B. Desain Penelitian	28
	C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	28
	1. Definisi Variabel	29
	2. Operasional Variabel	31
	D. Skala Pengukuran Variabel	33
	E. Populasi dan Sampel	34
	1. Populasi	34
	2. Sampel	35
	F. Metode Pengumpulan Data	36
	G. Metode Analisis Data	36
	1. Statistik Deskriptif	36
	2. Uji Kualitas Data	37
	a. Uji Validitas	37
	b. Uji Reliabilitas	37
	3. Uji Asumsi Klasik	38
	a. Uji Normalitas	38
	b. Uji Multikolonieitas	39
	c. Uji Heterokedastisitas	40
	d. Uji Linearitas	40
	4. Uji Kesesuaian Model	41
	a. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	41
	b. Uji <i>F Analysis of Varian</i> (ANOVA)	42
	5. Analisis Regresi Linier Berganda	42
	6. Uji Hipotesis	43
	a. Uji Parsial (Uji t)	43
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	44
	A. Gambaran Umum Objek Penelitian	44
	1. Gambaran Umum Perusahaan	44
	2. Karakteristik Profil Responden	45
	B. Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
	1. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	52
	2. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	52
	3. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Cita Rasa	53
	4. Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kemasan	54
	C. Hasil Uji Kualitas Data	54
	1. Hasil Uji Validitas	54
	2. Hasil Uji Reliabilitas	57
	D. Hasil Uji Asumsi Klasik	58
	1. Hasil Uji Normalitas	58
	2. Hasil Uji Multikolonialitas	59



3. Hasil Uji Heteroskedasitas	59
4. Hasil Uji Linearitas	60
E. Hasil Uji Kesesuaian Model	61
1. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	61
2. Hasil Uji F <i>Analysis of Varian</i> (ANOVA)	62
F. Hasil Uji Analisis linear berganda	62
G. Hasil Uji Hipotesis	63
H. Pembahasan Hasil Penelitian	64
1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian.	64
2. Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian	65
3. Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	65
<b>BAB V    SIMPULAN DAN SARAN</b>	67
A. Simpulan	67
B. Saran	68
1. Saran untuk online shop Truly Choco.	68
2. Saran untuk penelitian selanjutnya	68
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	69
<b>LAMPIRAN</b>	72



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Data Penjualan dari tahun 2017 -2021	5
2.1	Penelitian Terdahulu	22
3.1	Operasional Variabel	30
3.2	Skor Berdasarkan Skala Likert	33
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	46
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Menyukai Cokelat	47
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Sering Mengonsumsi Cokelat	47
4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Mengetahui	48
4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian Produk Truly Choco Minimal 2 Kali	48
4.9	Kriteria Interpretasi Skor	49
4.10	Hasil Uji Statistik Deskriptif	50
4.11	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan Pembelian	51
4.12	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Harga	51
4.13	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Cita Rasa	52
4.14	Deskripsi Jawaban Responden pada Variabel Kemasan	53
4.15	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	54
4.16	Hasil Uji Validitas Variabel Harga	54
4.17	Hasil Uji Validitas Variabel Cita Rasa	55
4.18	Hasil Uji Validitas Variabel Kemasan	55
4.19	Hasil Uji Reliabilitas	56
4.20	Hasil Uji Normalitas	57
4.21	Hasil Uji Multikolonialitas	58
4.22	Hasil Uji Heteroskedasitas	58
4.23	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Harga	59
4.24	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Cita Rasa	59
4.25	Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian & Kemasan	60
4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	60
4.27	Hasil Uji F Analysis of Varian (ANOVA)	61
4.28	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	61
4.29	Hasil Uji Hipotesis	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Hasil Pra Survey	6
2.1	Truly Choco	18
2.2	Truly Choco	21
2.3	Kerangka Konseptual	25
4.1	Logo Truly Choco	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Surat Izin Penelitian	71
2	Kuesioner Penelitian	72
3	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	75
4	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Harga	78
5	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Cita Rasa	81
6	Tabulasi Jawaban Responden Variabel Kemasan	83
7	Hasil Uji Analisis Karakteristik Profil Responden	86
8	Hasil Uji Deskriptif Jawaban Responden	88
9	Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	89
10	Hasil Uji Kualitas Data	90
11	Hasil Uji Asumsi Klasik	91
12	Hasil Uji Kesesuaian Model	92
13	Hasil Uji Analisis Linear Berganda	93
14	Hasil Uji Hipotesis	93
15	Data R Tabel	93
16	Data F Tabel	95
17	Data T Tabel	98



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA