

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KEMASAN DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAYONNAISE MAESTRO DI KOTA DEPOK**

**TUGAS AKHIR**

**DIKY ANDRIAN**

**213402416083**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2025**

**PENGARUH KESADARAN MEREK, KEMASAN DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAYONNAISE MAESTRO DI KOTA DEPOK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Oleh:

**DIKY ANDRIAN**

**213402416083**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NASIONAL  
JAKARTA  
2025**

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah karya asli saya dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar Sarjana di Universitas Nasional maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Skripsi ini sepenuhnya merupakan ide, perumusan, dan penelitian saya sendiri dengan bimbingan dari Pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pemikiran yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain, kecuali yang secara jelas disebutkan sebagai referensi dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka dengan mencantumkan nama pengarangnya.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan jika di kemudian hari terbukti terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diberikan berdasarkan skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan aturan yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.



Jakarta, 11 Maret 2025

Yang Menyatakan,



Diky Andrian  
213402416083

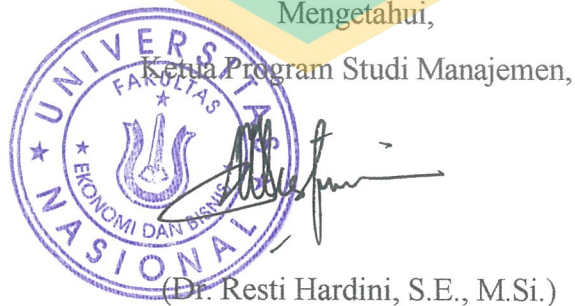
## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KESADARAN MEREK,  
KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAYONNAISE MAESTRO DI  
KOTA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **Diky Andrian**

Nomor Pokok : **213402416083**

Program Studi : **Manajemen**



Jakarta: 11 Maret 2025

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KESADARAN MEREK, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYONNAISE MAESTRO DI KOTA DEPOK**

Nama Mahasiswa : **Diky Andrian**

Nomor Pokok : **213402416083**

Program Studi : **Manajemen**

Diterima dan Disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir,

  
(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji,

Anggota/Penguji,

  
(Dr. Ian Zulfikar, S.S., M.Si.)

  
(Muhammad Ramli, S.E., M.Si.)

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



  
(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta 11 Maret 2025

Tanggal Lulus: Maret 2025

## ABSTRAK

### PENGARUH KESADARAN MEREK, KEMASAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MAYONNAISE MAESTRO DI KOTA DEPOK

Oleh:

Diky Andrian

NPM: 213402416083

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Dr. Resti Hardini, SE., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kesadaran Merek, Kemasan, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian produk Mayonnaise Maestro di Kota Depok. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden dengan menggunakan metode *non-probability sampling*, yakni *purposive sampling*, dengan syarat responden pernah membeli dan menggunakan Mayonnaise Maestro serta berdomisili di Kota Depok. Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda dan diolah menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26. Model regresi linear berganda yang diperoleh adalah Keputusan Pembelian =  $0,203KM + 0,290K + 0,280PH$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial, Kesadaran Merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mayonnaise Maestro di Kota Depok, karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $2,128 > 1,98498$ ). Kemasan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk tersebut, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $3,163 > 1,98498$ ). Begitu pula, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Mayonnaise Maestro, karena nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $3,008 > 1,98498$ ).

**Kata Kunci:** Kesadaran Merek, Kemasan, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS NASIONAL

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS, PACKAGING AND PRICE PERCEPTION ON PURCHASE DECISION OF MAYONNAISE MAESTRO PRODUCTS IN DEPOK CITY**

By:

Diky Andrian

NPM: 213402416083

Final Project, supervised by Dr. Resti Hardini, SE., M.Si.

*This study aims to analyze the influence of Brand Awareness, Packaging, and Price Perception on the Purchase Decision of Mayonnaise Maestro products in Depok City. The data used in this study is primary data collected through a questionnaire distributed to 100 respondents using a non-probability sampling method, specifically purposive sampling, with the criteria that the respondents have purchased and used Mayonnaise Maestro and reside in Depok City. Data analysis was conducted using multiple linear regression and processed using the Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26. The multiple linear regression model obtained is:  $Purchase\ Decision = 0.203BA + 0.290P + 0.280PP$ . The analysis results show that, partially, Brand Awareness has a positive and significant effect on the Purchase Decision of Mayonnaise Maestro in Depok City, as the t-count value is greater than the t-table value ( $2.128 > 1.98498$ ). Packaging also has a positive and significant effect on the Purchase Decision of the product, with the t-count value greater than the t-table value ( $3.163 > 1.98498$ ). Similarly, Price Perception has a positive and significant effect on the Purchase Decision of Mayonnaise Maestro products, as the t-count value is greater than the t-table value ( $3.008 > 1.98498$ ).*

**Keywords:** *Brand Awareness, Packaging, Price Perception, and Purchase Decision*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Kesadaran Merek, Kemasan, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mayonnaise Maestro di Kota Depok"*.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan memerlukan berbagai penyempurnaan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun demi meningkatkan kualitas skripsi ini. Penulis juga berterima kasih kepada banyak pihak yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terima kasih yang mendalam penulis sampaikan kepada orang tua tercinta atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan mereka dengan rahmat dan keberkahan-Nya.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional Jakarta, atas semua fasilitas dan kesempatan yang telah diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan studi program sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta, yang juga telah memberikan arahan serta dukungan kepada penulis selama menjalani studi.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional Jakarta, yang senantiasa memberikan arahan dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Ibu Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nasional Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan arahan serta bimbingan dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi ini.



5. Ibu Dr. Subur Karyatun, S.E., M.M., selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Nasional Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, yang telah banyak memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis sepanjang masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan staf administrasi Program Studi Manajemen Universitas Nasional yang telah mendukung dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Keluarga tercinta, khususnya kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk doa, motivasi, dan kasih sayang tanpa henti; kedua kakak yang senantiasa memberikan semangat, nasihat, dan perhatian; serta seluruh anggota keluarga yang selalu hadir dengan cinta dan kebersamaan. Terima kasih atas segala pengorbanan, doa, dan kasih sayang yang telah diberikan, yang menjadi sumber kekuatan dan inspirasi dalam setiap langkah perjalanan ini.
8. Untuk Kekasihku, Dyah Octavia Handayani, yang selalu setia memberikan dukungan, cinta, dan semangat tanpa henti dalam setiap langkah perjalanan ini. Kehadirannya menjadi sumber inspirasi, kekuatan, serta motivasi yang tiada henti, baik di saat suka maupun duka. Dengan penuh kesabaran dan ketulusan, ia selalu mendampingi, memberikan dorongan moral, serta menjadi tempat berbagi harapan dan impian.
9. Teman-teman di Universitas Nasional, terutama angkatan 2021, yang selalu kompak dalam memberikan semangat dan dukungan moral kepada penulis.
10. Para responden penelitian yang berada di wilayah Kota Depok. Terima kasih atas partisipasi Anda semua sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.
11. Seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas segala bentuk bantuan dan kerja sama yang diberikan selama proses penelitian hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca. Sebagai penutup, penulis mengundang saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan penelitian di masa mendatang.

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL JUDUL (LUAR)	
HALAMAN SAMPUL JUDUL (DALAM)	
LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN OLEH PEMBIMBING	
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR OLEH PENGUJI	
HALAMAN ABSTRAK	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
1. Tujuan Penelitian.....	6
2. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	8
B. Bauran Pemasaran.....	9
C. Keputusan Pembelian.....	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	10
2. Dimensi Keputusan Pembelian .....	11
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	12
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
D. Kesadaran Merek.....	14
1. Pengertian Kesadaran Merek .....	14
2. Dimensi Kesadaran Merek.....	15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Merek .....	15

4. Indikator Kesadaran Merek .....	16
E. Kemasan.....	17
1. Pengertian Kemasan .....	17
2. Dimensi Kemasan.....	18
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kemasan .....	18
4. Indikator Keputusan Kemasan.....	20
F. Persepsi Harga.....	21
1. Pengertian Persepsi Harga .....	21
2. Dimensi Persepsi Harga.....	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Persepsi Harga .....	22
4. Indikator Persepsi Harga .....	22
G. Keterkaitan Antar Variabel.....	23
1. Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian....	23
2. Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
3. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	24
H. Hasil Penelitian yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian .....	24
I. Kerangka Analisis .....	28
J. Hipotesis .....	29
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Objek Penelitian .....	30
B. Data Penelitian .....	30
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	30
a. Sumber Data .....	30
b. Jenis Data.....	30
2. Populasi dan Sampel.....	31
a. Populasi.....	31
b. Sampel.....	31
3. Metode dan Alat Pengumpulan Data .....	32
a. Metode Pengumpulan Data .....	32
b. Alat Pengumpulan Data .....	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	33

1. Variabel Bebas (X) .....	33
2. Variabel Terikat (Y) .....	33
<b>D. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....</b>	<b>36</b>
1. Metode Analisis .....	36
a. Analisis Deskriptif.....	36
b. Analisis Inferensial.....	36
c. Analisis Regresi Linear Berganda .....	36
2. Uji Instrumen .....	37
a. Uji Validitas .....	37
b. Uji Reliabilitas .....	37
3. Uji Asumsi Klasik.....	38
a. Uji Normalitas .....	38
b. Uji Multikolinearitas.....	38
c. Uji Autokolerasi .....	39
d. Uji Heteroskedastisitas .....	40
4. Uji Kelayakan Model.....	40
a. Uji F .....	40
b. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	40
5. Pengujian Hipotesis.....	41
a. Uji Hipotesis (Uji t) .....	41
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
<b>A. Hasil Penelitian.....</b>	<b>42</b>
1. Deskripsi Data Penelitian .....	42
a. Profil Perusahaan Mayonnaise Maestro .....	42
b. Produk Mayonnaise Maestro .....	43
2. Karakteristik Responden .....	44
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
3. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian .....	49

a.	Analisis Deskriptif Variabel.....	49
1)	<i>Average Total Mean</i> Kesadaran Merek ( $X_1$ ) .....	49
2)	<i>Average Total Mean</i> Kemasan ( $X_2$ ) .....	49
3)	<i>Average Total Mean</i> Persepsi Harga ( $X_3$ ) .....	50
4)	<i>Average Total Mean</i> Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	51
b.	Uji Instrumen .....	52
1)	Uji Validitas .....	52
2)	Uji Reliabilitas .....	53
c.	Uji Asumsi Klasik.....	54
1)	Uji Normalitas .....	54
2)	Uji Multikolenaritas.....	55
3)	Uji Autokolearsi .....	56
4)	Uji Heteroskedastisitas .....	56
d.	Uji Regresi Linear Berganda .....	58
e.	Uji Kelayakan Model .....	59
1)	Uji F .....	59
2)	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
f.	Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	61
1)	Pengujian Hipotesis Kesadaran Merek ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	62
2)	Pengujian Hipotesis Kemasan ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) .....	62
3)	Pengujian Hipotesis Persepsi Harga ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).....	63
B.	Pembahasan .....	63
1.	Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mayonnaise Maestro di Kota Depok.....	63
2.	Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Mayonnaise Maestro di Kota Depok.....	64
3.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mayonnaise Maestro di Kota Depok.....	65

**BAB V. PENUTUP.....67**  
    **A. Kesimpulan .....67**  
    **B. Saran .....67**

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Index Mayonnaise Bermerek Tahun 2020-2024.....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Mayonnaise Maestro Tahun 2020-2024.....	2
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.4 Skala Likert .....	33
Tabel 3.5 Definisi Operasional Variabel.....	34
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	47
Tabel 4.10 <i>Total Mean</i> Kesadaran Merek ( $X_1$ ).....	49
Tabel 4.11 <i>Total Mean</i> Kemasan ( $X_2$ ).....	50
Tabel 4.12 <i>Total Mean</i> Persepsi Harga ( $X_3$ ).....	50
Tabel 4.13 <i>Total Mean</i> Kesadaran Merek ( $Y$ ).....	51
Tabel 4.14 Uji Validitas .....	52
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 4.16 Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.17 Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.18 Uji Autokolerasi.....	56
Tabel 4.19 Uji Heteroskedastisitas .....	57
Tabel 4.20 Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.21 Uji Simultan F.....	60
Tabel 4.22 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
Tabel 4.23 Pengujian Hipotesis.....	62

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 4.2 Diagram Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 4.3 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 4.4 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 4.5 Diagram Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan..</b>	<b>47</b>

