

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA DIII JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

**Dibuat Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Menyelesaikan  
Pendidikan Diploma III Pada Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**OLEH:**

**TIARA NAHDIVA  
NPM 061930600685**

**POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
PALEMBANG  
2022**

**PENGARUH *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PRODUK TUPPERWARE (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA DIII JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS  
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA)**



**LAPORAN AKHIR**

**OLEH:**

**TIARA NAHDIVA  
NPM 061930600685**

Menyetujui,

Palembang,

2022

Pembimbing I,

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.  
NIP 197602222002121001**

Pembimbing II,

**Dra. Yusleli Herawati, M.M.  
NIP 196005071988112001**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.  
NIP 197602222002121001**

Koordinator Program Studi  
D-III Administrasi Bisnis

**Fetty Maretha, S.E., M.M.  
NIP 198203242008012009**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tiara Nahdiva

NPM : 061930600685

Jurusan/Program Studi: *Administrasi Bisnis/Administrasi Bisnis*

Mata Kuliah : Pemasaran

Judul Laporan Akhir : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Laporan yang saya buat dengan judul sebagaimana tersebut di atas beserta isinya merupakan hasil penelitian saya sendiri.
2. Laporan Akhir ini bukanlah plagiat/salinan Laporan Akhir milik orang lain.
3. Apabila Laporan Akhir saya plagiat/menyalin Laporan Akhir milik orang lain maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan Laporan Akhir beserta konsekuensinya.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya untuk diketahui oleh pihak pihak yang berkepentingan.

Palembang,

2022

Yang membuat pernyataan,



Tiara Nahdiva

NPM 061930600685

## LEMBAR PENGESAHAN



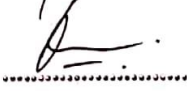
**Nama** : Tiara Nahdiva  
**NPM** : 061930600685  
**Jurusan/Program Studi:** Administrasi Bisnis/DIII Administrasi Bisnis  
**Mata Kuliah** : Pemasaran  
**Judul Laporan Akhir** : Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Laporan Akhir  
Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis  
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari:

Tanggal:

### TIM PENGUJI

| <u>No.</u> | <u>Nama</u>                                      | <u>Tanda Tangan</u>   | <u>Tanggal</u>           |
|------------|--|---|--------------------------|
| 1.         | Rini, S.E., M.AB<br>Ketua Penguji                | <br>..... | 10 Agustus 2022<br>..... |
| 2.         | Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB<br>Anggota Penguji | <br>..... | 15 Agustus 2022<br>..... |
| 3.         | Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si<br>Anggota Penguji | <br>..... | 15 Agustus 2022<br>..... |

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“Karena sesungguhnya, bersama kesulitan akan ada kemudahan.”**

**(QS. Al Insyirah:5)**

**“Tersenyumlah dalam situasi apapun, tanpa disadari senyum itulah**

**yang akan menguatkanmu.” (Penulis)**

**Kupersembahkan kepada:**

- **Kedua Orang Tua tercinta**
- **Saudara-saudara ku**
- **Sahabat-sahabat terbaik ku**
- **Teman-teman kelas 6 NA**
- **Almamater kebanggaan kami**  
**Politeknik Negeri Sriwijaya**

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa dilimpahkan sehingga Laporan Akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu. Laporan Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna menyelesaikan pendidikan Program Diploma III pada Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Laporan Akhir ini berjudul “**Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya)**”. Laporan Akhir ini membahas tentang bagaimana pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware. Laporan ini terdiri dari lima bab, bab pertama berisikan pendahuluan. Bab dua berisikan tinjauan pustaka. Bab tiga berisikan keadaan umum perusahaan. Bab empat berisikan hasil dan pembahasan. Dan bab lima berisikan kesimpulan dan saran.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Laporan Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan karena keterbatasan ilmu yang penulis miliki. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya positif dan membangun demi kesempurnaan laporan ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.

Palembang, Agustus 2022

Penulis

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan ini khususnya kepada:

1. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya.
2. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Fetty Maretha, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
5. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB, selaku Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
6. Ibu Dra. Yusleli Herawati, M.M., selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan Laporan Akhir ini.
7. Ibu Saripah dan Silmi Oktarini, selaku *Directur* dan *Gold Directur* kantor distributor Tupperware BC (*Business Centre*) Cahaya Ajaib Palembang yang telah membantu memberikan data dalam proses menyelesaikan Laporan Akhir ini.
8. Kepada semua Dosen Pengajar di Jurusan Administrasi Bisnis yang telah banyak memberikan ilmunya kepada penulis selama penulis kuliah di Politeknik Negeri Sriwijaya.

9. Orang tua yang senantiasa mendoakan dan memberikan bantuan baik moril maupun materil serta selalu mencurahkan kasih dan sayangnnya untuk saya. Terima kasih untuk segala doa dan pengorbanannya.
10. Saudara saya Kak Agung dan Kak Iif yang selalu menyemangati dan memberikan masukan serta saran.
11. Teman-teman saya di kelas 6 NA.
12. Sahabat seperjuangan “nongsuky” yang telah menemani suka duka saya semasa kuliah mulai dari awal semester sampai akhir semester ini.
13. Terima kasih untuk “cukkers” dan teman-teman tersayang yang telah memberikan semangat serta menjadi tempat berbagi cerita.
14. Terima kasih untuk Jojo, kucing saya yang paling lucu dan imut yang telah menghibur serta menjadi teman disamping saya saat penyusunan Laporan Akhir ini.
15. Yang paling utama, terima kasih untuk *support system* terbaik yaitu diriku sendiri karena telah hebat berdiri di kaki sendiri dan berjuang sampai sejauh ini.
16. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always been a giver, and I trying to give more when I recieve, I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all time.*

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang telah diberikan dan semoga selalu mendapat perlindungan-Nya Aamiin.

Palembang, Agustus 2022

Penulis



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada produk Tupperware (studi kasus pada mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data dilakukan dengan riset lapangan dan riset kepustakaan. Riset lapangan diperoleh dari wawancara dan penyebaran kuesioner kepada 86 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya yang pernah membeli dan menggunakan produk Tupperware. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program IBM SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Hasil uji validitas dan reliabilitas menyatakan valid dan reliabel. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *brand image* (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada produk Tupperware. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa sekitar 58,9 persen keputusan pembelian produk Tupperware pada mahasiswa DIII Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya dipengaruhi oleh *brand image*/citra merek. Sedangkan sisanya sebesar 41,1 persen lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan Tupperware.

*Kata Kunci: brand image, keputusan pembelian, Tupperware*

## ABSTRACT

*This study aims to determine the influence of brand image on purchasing decisions on Tupperware products (case study on DIII students of the Business Administration Department of the Sriwijaya State Polytechnic). This research uses quantitative methods with primary and secondary data sources. The data collection method is carried out with field research and literature research. Field research was obtained from interviews and the distribution of questionnaires to 86 respondents. The sample in this study was a DIII student majoring in Business Administration at the Sriwijaya State Polytechnic who had purchased and used Tupperware products. The data analysis technique uses simple linear regression analysis using the IBM SPSS (Statistical Product and Service Solution) program version 22. The results of the validity and reliability test state that they are valid and reliable. The results of the t test showed that the brand image variable (X) had a significant effect on purchasing decisions (Y) on Tupperware products. The results of the coefficient of determination test showed that around 58.9 percent of the decision to purchase Tupperware products in DIII students of the Business Administration Department of the Sriwijaya State Polytechnic was influenced by brand image. Meanwhile, the remaining 41.1 percent were influenced by other variables that were not studied in this study. The results of this study can be used as input for Tupperware companies.*

*Keywords: brand image, purchasing decisions, Tupperware*

## DAFTAR ISI

|  | Halaman    |
|--|------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>               | <b>i</b>   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>          | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN .....</b>          | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI .....</b>  | <b>iv</b>  |
| <b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>       | <b>v</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>              | <b>vi</b>  |
| <b>UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>         | <b>vii</b> |
| <b>ABSTRAK .....</b>                     | <b>ix</b>  |
| <b>ABSTRACT .....</b>                    | <b>x</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                  | <b>xi</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR .....</b>               | <b>xv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>             | <b>xvi</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>           | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul ..... | 1          |
| 1.2 Perumusan Masalah .....              | 7          |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....       | 7          |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....  | 7          |
| 1.4.1 Tujuan Penelitian .....            | 7          |
| 1.4.2 Manfaat Penelitian .....           | 7          |
| 1.5 Metodologi Penelitian .....          | 8          |
| 1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian .....     | 8          |
| 1.5.2 Jenis dan Sumber Data .....        | 8          |
| a. Jenis Data .....                      | 8          |
| b. Sumber Data .....                     | 8          |
| 1.5.3 Metode Pengumpulan Data .....      | 9          |
| 1.5.4 Populasi dan Sampel .....          | 11         |
| a. Populasi .....                        | 11         |

|   |           |
|---|-----------|
| b. Sampel .....   | 11        |
| c. Teknik Pengambilan Sampel .....                        | 12        |
| 1.5.5 Analisa Data .....                                  | 13        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>                      | <b>19</b> |
| 2.1 Pemasaran .....                                       | 19        |
| 2.2 Bauran Pemasaran .....                                | 19        |
| 2.3 Produk .....  | 21        |
| 2.4 Merek .....   | 21        |
| 2.4.1 Pengertian Merek ( <i>Brand</i> ) .....             | 21        |
| 2.4.2 Tujuan Merek ( <i>Brand</i> ) .....                 | 22        |
| 2.4.3 Makna Merek .....                                   | 23        |
| 2.5 Ekuitas Merek ( <i>Brand Equity</i> ) .....           | 24        |
| 2.6 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....              | 25        |
| 2.6.1 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) ..... | 25        |
| 2.6.2 Indikator <i>Brand Image</i> (Citra Merek) .....    | 25        |
| 2.7 Keputusan Pembelian .....                             | 27        |
| 2.7.1 Proses Keputusan Pembelian .....                    | 27        |
| 2.7.2 Faktor-Faktor Keputusan Pembelian .....             | 28        |
| 2.7.3 Indikator Keputusan Pembelian .....                 | 29        |
| 2.8 Kerangka Pemikiran .....                              | 31        |
| 2.9 Hipotesis .....                                       | 31        |
| <b>BAB III KEADAAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>              | <b>32</b> |
| 3.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....                      | 32        |
| 3.2 Visi, Misi, dan Motto Perusahaan .....                | 34        |
| 3.2.1 Visi Perusahaan .....                               | 34        |
| 3.2.2 Misi Perusahaan .....                               | 35        |
| 3.2.3 Motto Perusahaan .....                              | 35        |
| 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....                  | 35        |
| 3.3.1 Struktur Organisasi .....                           | 35        |
| 3.3.2 Pembagian Tugas .....                               | 36        |
| 3.4 Kategori Produk dan Harga .....                       | 38        |
| 3.5 Profil Responden .....                                | 48        |
| 3.6 Rekapitulasi Penilaian Responden .....                | 48        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                  | <b>52</b> |
| 4.1 Hasil .....   | 52        |
| 4.1.1 Analisis Data Deskriptif .....                      | 52        |
| 4.1.1.1 <i>Brand Image</i> (X) .....                      | 53        |
| 4.1.1.2 Keputusan Pembelian (Y) .....                     | 54        |
| 4.1.2 Uji Validitas .....                                 | 55        |
| 4.1.3 Uji Reliabilitas .....                              | 58        |

|   |           |
|---|-----------|
| 4.1.4 Uji Parsial (Uji t) .....   | 59        |
| 4.1.5 Uji Koefisien Korelasi (R) .....  | 61        |
| 4.1.6 Uji Koefisien Determinasi (Uji R <sup>2</sup> ) .....   | 62        |
| 4.1.7 Uji Regresi Linear Sederhana .....  | 63        |
| 4.2 Pembahasan Hasil Analisis Data Pengaruh <i>Brand Image</i><br>Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Tupperware ... | 64        |
| <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>67</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 67        |
| 5.2 Saran .....   | 67        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>69</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>   |           |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Top <i>Brand Award</i> Kategori <i>Plastic Container</i> Tahun<br>2017-2021 ..... | 3       |
| Tabel 1.2 Tanggapan Responden Pra Penelitian .....  | 5       |
| Tabel 1.3 Skala Likert .....  | 14      |
| Tabel 1.4 Interpretasi Koefisien Korelasi .....   | 16      |
| Tabel 2.1 Manfaat Merek Bagi Konsumen .....   | 22      |
| Tabel 3.1 Produk Tupperware Kategori <i>Cookware</i> .....                                  | 38      |
| Tabel 3.2 Produk Tupperware Kategori <i>Kids</i> .....                                      | 39      |
| Tabel 3.3 Produk Tupperware Kategori <i>On The Go</i> .....                                 | 41      |
| Tabel 3.4 Produk Tupperware Kategori <i>Consumable</i> .....                                | 43      |
| Tabel 3.5 Produk Tupperware Kategori <i>Serving</i> .....                                   | 44      |
| Tabel 3.6 Produk Tupperware Kategori <i>Food Conservation</i> .....                         | 46      |
| Tabel 3.7 Produk Tupperware Kategori <i>Preparation</i> .....                               | 47      |
| Tabel 3.8 Data Responden Berdasarkan Semester Kuliah .....                                  | 48      |
| Tabel 3.9 Rekapitulasi Penilaian Responden Variabel <i>Brand Image</i> (X) ....             | 49      |
| Tabel 3.10 Rekapitulasi Penilaian Responden Variabel Keputusan<br>Pembelian (Y) .....       | 50      |
| Tabel 4.1 Dasar Interpretasi Skor Item .....  | 53      |
| Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi <i>Brand Image</i> (X) .....                                 | 53      |
| Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y) .....                                | 55      |
| Tabel 4.4 Uji Validitas Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (X) .....                      | 56      |
| Tabel 4.5 Uji Validitas Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                     | 58      |
| Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....  | 59      |
| Tabel 4.7 Hasil Uji t (Uji Parsial) .....   | 60      |
| Tabel 4.8 Hasil Koefisien Korelasi .....  | 61      |
| Tabel 4.9 Hasil Koefisien Determinasi .....   | 62      |
| Tabel 4.10 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....                                    | 63      |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen .....   | 28      |
| Gambar 2.2 Konseptual Kerangka Berpikir .....  | 31      |
| Gambar 3.1 Logo Tupperware .....   | 34      |
| Gambar 3.2 Struktur Organisasi Kantor Distributor Tupperware BC<br>( <i>Business Centre</i> ) Cahaya Ajaib Palembang ..... | 36      |
| Gambar 3.3 Produk Tupperware Kategori <i>Cookware</i> .....  | 39      |
| Gambar 3.4 Produk Tupperware Kategori <i>Kids</i> .....  | 40      |
| Gambar 3.5 Produk Tupperware Kategori <i>On The Go</i> .....   | 42      |
| Gambar 3.6 Produk Tupperware Kategori <i>Consumable</i> .....  | 43      |
| Gambar 3.7 Produk Tupperware Kategori <i>Serving</i> .....   | 45      |
| Gambar 3.8 Produk Tupperware Kategori <i>Food Conservation</i> .....   | 46      |
| Gambar 3.9 Produk Tupperware Kategori <i>Preparation</i> .....   | 47      |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Permohonan Surat Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Permohonan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Laporan Akhir
- Lampiran 9 Lembar Kunjungan Mahasiswa
- Lampiran 10 Lembar Wawancara
- Lampiran 11 Lembar Kuesioner
- Lampiran 12 Lembar Rekapitulasi Responden Kuesioner Penelitian
- Lampiran 13 Lembar Tabel  $r$  hitung
- Lampiran 14 Lembar Tabel Nilai Kritis Distribusi  $t$
- Lampiran 15 Lembar Hasil Uji Penelitian
- Lampiran 16 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 17 Lembar Pelaksanaan Revisi LA
- Lampiran 18 Lembar Tanda Persetujuan Revisi LA