

ABSTRACT

NOVIA FAUSTINE SALIM
03011210023

THE INFLUENCE OF UNIBIS'S BRAND IMAGE, PROMOTION, AND DESIGN PACKAGING ON CUSTOMER PURCHASE DECISION AT PT ALAMJAYA WIRASENTOSA

(XVI+157 pages; 13 figures; 39 tables; 4 appendixes)

In recent years, the consistent demand for food and beverage products has contributed to the sector's ability to thrive. PT. Alamjaya Wirasentosa is a distributor of Indofood Group products in North Sumatra and Aceh (NAD) and has eventually expanded to distribute Non Indofood products such as the Unibis brand and other brands as well. Furthermore, PT. Alamjaya Wirasentosa is experiencing a decline in sales of its Unibis Sandwich Cream biscuit, which may be potentially due to factors such as brand image, promotion and design packaging.

Brand image refers to how customers understand the various pieces of information customer receive about a brand. Promotion is a key component of the marketing mix that companies utilize to reach and engage the target audience. Design packaging plays a critical role in marketing strategies, despite just being a product's container. Purchasing decision is an essential part in the customer decision making process, where individuals evaluate and choose to purchase products or service that best suit customer requirements and offer the best value.

The research population that will be used in the study is unknown due to the nature of business. This study uses non-probability sampling techniques, specifically the convenience sampling method and using the Lemeshow formula for sampling, with a confidence level of 95% and a margin of error of 5% and it is tested on 97 customers who had purchased Unibis products. Before distributing the questionnaires, a pre-test was conducted with 30 customers, ensuring that the questionnaire has passed both the validity and reliability test.

The data analysis method that are being used in this research are descriptive statistic test, validity, reliability, classic assumptions in the form of normality testing, multicollinearity, and heteroscedasticity, multiple linear regression analysis, determination coefficient test, partial and simultaneous test.

The final output of this research shows that there is a positive and significant influence of brand image, promotion and design packaging toward customer purchase decision at PT. Alamjaya Wirasentosa.

Keywords: Brand Image, Promotion, Design Packaging, Customer Purchase Decision

References: 68 (2019-2024)

ABSTRAK

NOVIA FAUSTINE SALIM

03011210023

PENGARUH CITRA MEREK, PROMOSI, DAN DESAIN KEMASAN UNIBIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN PADA PT ALAMJAYA WIRASENTOSA

(XVI+157 halaman; 13 gambar; 39 tabel; 4 appendixes)

Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan yang konsisten untuk produk makanan dan minuman telah berkontribusi pada kemampuan sektor ini untuk berkembang. PT. Alamjaya Wirasentosa merupakan distributor produk Indofood Group di Sumatera Utara dan Aceh (NAD), dan pada akhirnya berkembang untuk mendistribusikan produk Non Indofood seperti merek Unibis dan merek lainnya. Selain itu, PT. Alamjaya Wirasentosa mengalami penurunan penjualan biskuit Unibis Sandwich Cream, yang berpotensi disebabkan oleh faktor-faktor seperti citra merek, promosi dan desain kemasan.

Citra merek mengacu pada bagaimana pelanggan memahami berbagai informasi yang diterima pelanggan tentang suatu merek. Promosi adalah komponen kunci dari bauran pemasaran yang digunakan perusahaan untuk menjangkau dan melibatkan audiens target. Desain kemasan memainkan peran penting dalam strategi pemasaran, meskipun hanya sebagai wadah produk. Keputusan pembelian adalah di mana individu memilih untuk membeli produk yang paling sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan menawarkan nilai terbaik.

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini tidak diketahui karena sifat bisnis. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probability sampling, khususnya metode convenience sampling dan menggunakan rumus Lemeshow untuk pengambilan sampel, dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error 5% dan diujicobakan kepada 97 pelanggan yang pernah membeli produk Unibis. Sebelum menyebarkan kuesioner, dilakukan pre-test kepada 30 pelanggan untuk memastikan bahwa kuesioner tersebut telah lolos uji validitas dan reliabilitas.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji parsial dan uji simultan.

Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek, promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Alamjaya Wirasentosa.

Keywords: Citra Merek, Promosi, Desain Kemasan, Keputusan Pembelian
Referensi: 68 (2019-2024)