

**ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
MINUTE MAID PULPY ORANGE DI SURAKARTA**

Maheswari Candraningtyas, Darsono, Setyowati

Program.Studi.Agribisnis.Fakultas.Pertanian, .Universitas.Sebelas.Maret.Surakarta

Jl. .Ir. .Sutami.No. .36.A.Kentingan.Surakarta.57126.Telp/Fax (0271) .637457.

Email: candracandra03@student.uns.ac.id

Abstract: *Ready-to-drink packaged citrus juice was used as the drink of choice for consumption and began to become a habit of the Indonesian people, especially in urban areas to meet the needs of Vitamin C with dense activities so that it needed practicality in meeting needs. Minute Maid Pulpy Orange's brand image was included in the Top Brand Award. Price competition with similar products is common in the market. It needs strategies in marketing such as strengthening promotions to win the market. The purpose of this study was to determine the influence of brand image, price, and promotion on the purchasing decision of Minute Maid Pulpy Orange. The basic methods used are descriptive and analytical methods. The research location was chosen purposively, namely Surakarta. The sampling of this study used the convenience sampling method of 100 respondents. The analysis was performed using Multiple Linear Regression Analysis with the help of IBM SPSS Statistics software. The results showed that the variables of brand image, promotion and price together had a significant effect on the purchasing decision of Minute Maid Pulpy Orange in Surakarta. Individual brand image variables had no significant effect on the purchasing decision of Minute Maid Pulpye Orange in Surakarta. Meanwhile, price and promotion variables individually have a significant effect on the purchase decision of Minute Maid Pulpy Orange in Surakarta.*

Keywords: *Minute Maid Pulpy Orange, brand image, price, promotions, purchasing decision.*

Abstrak : Sari buah jeruk kemasan siap minum dijadikan sebagai minuman pilihan untuk dikonsumsi dan mulai menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia terutama didaerah perkotaan untuk memenuhi kebutuhan Vitamin C dengan aktivitas yang padat sehingga butuh kepraktisan dalam pemenuhan kebutuhan. Citra merek Minute Maid Pulpy Orange masuk kedalam *Top Brand Award*. Persaingan harga dengan produk serupa biasa terjadi di pasaran. Perlu strategi dalam pemasaran seperti penguatan promosi untuk memenangkan pasar. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange. Metode dasar yang digunakan yaitu metode deskriptif dan analitis. Lokasi penelitian dipilih secara *purposive* yaitu Surakarta. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan metode *convenience sampling* sebanyak 100 responden. Analisis yang dilakukan menggunakan Analisa Regresi Linear Berganda dengan *software* IBM SPSS Statistic. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek, promosi dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Variabel citra merek secara individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpye Orange di Surakarta. Sedangkan variabel harga dan promosi secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta.

Kata Kunci : Minute Maid Pulpy Orange, citra merek, harga, promosi, keputusan pembelian.

PENDAHULUAN

Hortikultura merupakan komoditas unggulan pertanian yang potensial untuk dikembangkan. Salah satu jenis tanaman hortikultura yang sesuai didaerah beriklim tropis adalah jeruk. Buah jeruk menjadi komoditas buah yang paling menguntungkan diusahakan oleh petani.

Tabel 1. Sepuluh Besar Negara Penghasil Jeruk Dunia Tahun 2020

No	Negara	Produksi (ton)
1	Brazil	16.707.897
2	India	9.854.000
3	Tiongkok	7.500.000
4	Amerika Serikat	4.766.350
5	Meksiko	4.648.620
6	Spanyol	3.343.960
7	Mesir	3.157.960
8	Indonesia	2.722.952
9	Iran	2.225.615
10	Italia	1.772.770

Sumber: Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO), 2020

Berdasarkan tabel 1, pada tahun 2020 Indonesia merupakan penghasil buah jeruk terbesar ke delapan didunia yaitu mampu menghasilkan jeruk sebanyak 2.722.952 ton. Secara ekonomis, jeruk memiliki keuntungan bervariasi. Menurut Zainuri (2020), tanaman jeruk mampu dipanen pada saat umur 3 tahun setelah tanam dengan B/C 1,46-2,74 dan IRR 39,4 – 55%. Nilai keuntungan tersebut tentunya bervariasi disesuaikan dengan usaha masing-masing

Buah jeruk memiliki banyak manfaat yang baik bagi tubuh. Menurut Izzalqurny *et al.*, (2022), jeruk mempunyai beragam khasiat yang berpengaruh baik bagi tubuh diantaranya yaitu kaya kandungan vitamin C dengan manfaatnya sebagai antioksidan yang berfungsi untuk membentuk sistem imun bagi tubuh sehingga mampu membantu terlindung dari berbagai penyakit. Salah satu masyarakat yang sadar akan manfaat tersebut adalah Kota Surakarta dengan total rata-rata konsumsi perkapita seminggu buah jeruk tahun 2018-2021 yaitu 0,214 (BPS,2022).

Surakarta adalah salah satu daerah perkotaan di Jawa Tengah yang padat

penduduk dengan konsumsi manakanan dan minuman jadi paling tinggi.

Tabel 2. Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas (rupiah) di Kota Surakarta Tahun 2021 dan 2022

Komoditas	2021	2022
Padi- padian	55.945	61.642
Umbi-umbian	4.575	6.425
Ikan/Undang/Cumi/Kerang	23.785	32.175
Daging	30.525	38.622
Telur dan Susu	45.612	52.251
Sayur- Sayuran	49.707	56.473
Kacang-Kacangan	15.567	19.686
Minyak dan Kelapa	32.783	43.942
Buah-Buahan	13.052	21.322
Bahan Minuman	17.724	23.724
Bumbu-bumbuan	11.182	15.668
Konsumsi lainnya	10.745	14.416
Makanan dan Minuman Jadi	276.315	324.738
Rokok	50.639	56.009

Sumber: BPS, 2022

Produk makanan dan minuman jadi yang digemari salah satunya adalah sari buah jeruk kemasan siap minum. Merk minuman sari buah jeruk yang beredar di pasaran Kota Surakarta saat ini sangatlah banyak, maka konsumen mempunyai banyak pilihan dalam memilih merek yang sesuai dengan tingkat kepuasannya.

Tabel 3. *TOP Brand Index* (TBI) Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2017-2021

No	Merek	Nilai TBI per Tahun (%)				
		2018	2019	2020	2021	2022
1	Buavita	37.1	43.3	31.6	38.6	34.9
2	Minute Maid Pulpy Orange	11.4	12.5	12.4	12.6	14.8
3	Floridina	15.6	14.0	13.1	12.2	10.7
4	Ale- Ale	7.3	6.6	7.7	5.9	7.3
5	Nutrisari	9.0	5.3	6.1	7.1	7.2

Sumber: *Top Brand Index* Award 2022

Terdapat 3 merek yang menjadi TOP antara lain merek Minute Maid Pulpy

Orange, Buavita dan Floridina. Pada merek Minute Maid Pulpy Orange terjadi secara fluktuatif. Pencapaian sebagai 3 besar *top brand* pada tahun 2018- 2022 menunjukkan bahwa produk Minute Maid Pulpy Orange dalam kemasan siap minum mempunyai citra merek yang baik di mata konsumen. Pemilihan produk Minute Maid Pulpy Orange dibanding pesaingnya karena memiliki kemasan praktis dan memiliki kandungan 4X *Extra* Vitamin C dengan bulir melimpah yang tidak dimiliki produk pesaing. Harga Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta adalah rentang Rp 4.790 hingga Rp 14.000 tergantung ukuran kemasan dan lokasi penjualan. Bentuk promosi yang dilakukan produk Minute Maid Pulpy Orange berupa kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi, jangkauan promosi, dan penawaran khusus.

Kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan mendorong mereka untuk lebih selektif dalam memilih. Kebiasaan yang serba cepat mendorong gaya hidup masyarakat yang condong menyukai segala sesuatu serba praktis dalam memenuhi kebutuhannya sehingga mempengaruhi keputusan pembelian pada produk sari buah jeruk siap minum. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan bisnis perlu menentukan strategi pemasaran yang tepat. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengetahui apakah citra merek, harga, dan promosi akan mempengaruhi keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange.

METODE PENELITIAN

Metode Dasar

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan analitis.

Metode Penentuan Lokasi

Metode penentuan lokasi penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja). Kota Surakarta menjadi lokasi penelitian ini dengan pertimbangan kota terpadat di Provinsi Jawa Tengah dengan jumlah

penduduknya pada tahun 2021 sebesar 522.728 jiwa dengan tingkat kepadatan 11.188,53 jiwa/km², tersedianya sarana perdagangan yang cukup banyak yaitu 18.902, dan memiliki rata-rata pengeluaran per Kapita dalam Sebulan Kategori Makanan dan Minuman Jadi paling tinggi di Solo Raya (BPS, 2022).

Metode Penentuan Sampel

Metode penentuan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode *convenience sampling*. Karakteristik umur responden minimal 17 tahun dan pernah melakukan pembelian produk sebanyak dua kali. Berdasarkan Maholtra (2004) dalam Purwoko *et al.*, (2020), bahwa sampel penelitian yang di ambil minimal 4-5 kali jumlah atribut penelitian. Penelitian ini memiliki jumlah indikator sebanyak 16, sehingga jumlah sampelnya yaitu $16 \times 6 = 96$, maka sampel yang ditetapkan penelitian ini sebanyak 100 orang. Responden di bagi ke 5 kecamatan yang ada di Kota Surakarta berdasarkan proporsi jumlah penduduknya.

Metode Pengujian Instrumen

Pengujian instrumen mutlak dilakukan agar alat penelitian layak digunakan sebagai data penelitian. Menurut Misyel & Wasisto (2020), keberhasilan uji instrumen (validitas dan reliabilitas) dapat dilakukan dengan ukuran sampel sebanyak 30 responden terlebih dahulu. Angket dinyatakan valid jika r hitung $\geq r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05). Pernyataan pada angket dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* > nilai r hitung (0,361).

Metode Analisis Data

1. Transformasi Data

Transformasi data dilakukan untuk mengubah data ordinal menjadi data interval. Menurut Ningsih & Dukalang (2019), dalam menggunakan analisis regresi linear berganda syaratnya adalah data yang digunakan berskala interval, tapi jika data yang digunakan berskala ordinal dipaksakan menggunakan analisis regresi linear berganda akan diperoleh koefisien korelasi yang kecil dan tidak dapat

memenuhi syarat sebagaimana yang diharuskan dalam model regresi yaitu *model fit*. Maka solusinya menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*).

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk memberi kepastian bahwa persamaan regresi yang didapat memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Uji asumsi klasik pada penelitian ini yaitu uji normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedasitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pernyataan sebagai jawaban sementara sehingga mengetahui apakah hipotesis yang telah disusun diterima atau tidak. Pada penelitian ini uji hipotesis terdiri dari uji koefisien determinasi, uji F, dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Umum Obyek Penelitian

Kota Surakarta akrab dikenal dengan sebutan “Kota Solo” yang terletak di Provinsi Jawa Tengah. Salah satu produk dari PT. Coca- Cola Bottling Indonesia yang beredar di Kota Surakarta adalah Minute Maid Pulpy Orange minuman sari buah jeruk kemasan siap minum. Citra merek Minute Maid Pulpy Orange semakin mudah dikenal oleh seluruh lapisan masyarakat melalui *tagline* yang khas. Kemasan botol plastik dengan ukuran 350 ml dijual seharga Rp 4.790. Kemasan botol plastik dengan ukuran 1 liter dijual seharga Rp 14.000. Dalam memasarkan produknya, PT. Coca-Cola *Bottling* Indonesia juga memanfaatkan teknologi digital seperti iklan televisi dan media sosial dengan menghadirkan pengalaman menarik bagi anak muda terkait minum sari buah jeruk.

Karakteristik Responden

Tabel 4. Karakteristik Responden Konsumen Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Karakteristik	Jumlah	%
Kelompok Umur		
17- 19 tahun	13	13
20- 25 tahun	73	73
26- 35 tahun	1	1
36-45 tahun	4	4
>46 tahun	9	9
Jenis Kelamin		
Laki- Laki	40	40
Perempuan	60	60
Domisili Kecamatan		
Laweyan	17	17
Serengan	9	9
Pasar Kliwon	15	15
Jebres	27	27
Banjarsari	32	32
Pendidikan Formal		
Terakhir		
SD	0	0
SMP	1	1
SMA/SMK	66	66
D3/D4	10	10
S1	22	22
Lainya	1	1
Status atau Pekerjaan		
Pelajar/ Mahasiswa	71	71
Pegawai Negri Sipil	0	0
Pegawai Swasta	14	14
Wirausaha/ Wiraswasta	11	11
Guru/ Dosen	2	2
Lainnya (Tidak Bekerja)	2	2
Pendapatan atau Uang Saku Perbulan		
< Rp1.500.000	61	61
Rp 1.500.000- Rp2.499.999	25	25
Rp2.500.000- Rp3.500.000	6	6
>Rp3.500.000	8	8
< Rp1.500.000	61	61
Frekuensi Pembelian Produk Sebulan Terakhir		
0 kali	11	11
1 kali	21	21
2 kali	43	43
3 kali	18	18
4 kali	5	5
5- 8 kali	2	2
Total	100	100

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Penelitian menunjukkan bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam

penelitian ini memiliki usia rata- rata 20-25 tahun sebesar 73%. Menurut Susilawati & Darmayanti (2020) , seseorang yang termasuk dalam kelompok umur remaja akhir memiliki kemampuan berpikir secara rasional sehingga mampu mengambil keputusan. Jenis kelamin responden didominasi perempuan sebanyak 60%. Menurut Nengsi *et al.*, (2022), perempuan lebih sering berbelanja untuk memenuhi kebutuhan sehari- hari dibandingkan laki- laki. Domisili kecamatann berada di Kecamatan Banjarsari sebesar 32% yang sesuai dengan penetapan berdasar proporsi jumlah penduduk per kecamatan dengan asumsi semakin besar jumlah penduduknya semakin besar pula pembelian di wilayah tersebut. Pendidikan formal terakhir rata- rata yaitu SMA/SMK sebesar 66% sehingga responden memiliki pendidikan yang cukup baik. Sebagian besar responden sebanyak 71% berstatus pelajar/ mahasiswa. Mayoritas responden sebesar 61% memiliki pendapatan/ uang saku per bulan pada kelompok <Rp1.500.000 yang termasuk dalam golongan pendapatan rendah (BPS, 2022). Frekuensi pembelian produk Minute Maid Pulpy Orange adalah 2 kali dengan persentase 43%.

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Indikator Variabel Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Indikator Variabel	Rhit
Citra Merek (X1)	
Merek Minute Maid Pulpy Orange adalah merek yang terkenal	0,698
Minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange mudah diingat	0,711
Minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange mudah didapatkan di pasaran	0,567
Merek Minute Maid Pulpy Orange memiliki ciri khas unik berupa bulir jeruk	0,660
Harga (X2)	

Harga produk Minute Maid Pulpy Orange terjangkau	0,587
Harga produk Minute Maid Pulpy Orange mampu bersaing dengan produk minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek lainnya di pasaran	0,489
Harga yang ditawarkan oleh produk Minute Maid Pulpy Orange sudah sesuai dengan produk yang diterima konsumen	0,645
Harga Minute Maid Pulpy Orange sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	0,683

Promosi (X3)

Promosi minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange memberikan pesan yang mudah diterima sehingga saya mudah mengetahui berbagai informasi yang disampaikan	0,571
Promosi minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange tersebar secara luas	0,560
Merek Minute Maid Pulpy Orange memberikan penawaran khusus seperti promo sehingga saya merasa diuntungkan dengan penawaran yang diberikan	0,387

Keputusan Pembelian (Y)

Sebelum saya membeli produk Minute Maid Pulpy Orange, saya mencari informasi tentang merek minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange terlebih dahulu	0,400
Saya merasa mantap dalam produk Minute Maid Pulpy Orange dibandingkan minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek lainnya	0,717
Saya memutuskan membeli produk Minute Maid Pulpy Orange karena keunggulan produk dan sesuai dengan kebutuhan	0,580
Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk Minute Maid Pulpy Orange	0,525
Saya akan merekomendasikan produk Minute Maid Pulpy Orange ke teman/ kerabat saya	0,653

Sumber : Analisis Data Primer, 2022

Berdasarkan hasil penelitian setiap indikator variabel pernyataan dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel yaitu 0,361.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Indikator Variabel Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Jumlah Pertanyaan (N)	Cronbach's Alpha	Keterangan
16	0,867	Reliabel

Sumber : Analisis Data Primer, 2022

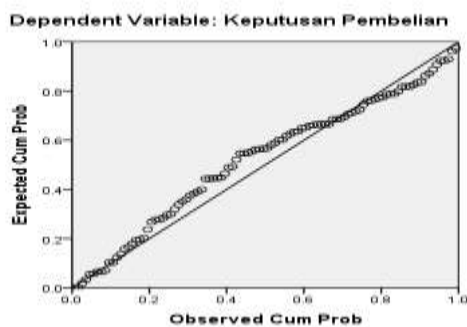
Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini yaitu reliabel dengan nilai alpha (0,867) > nilai r tabel (0,361). Nilai Cronbach's Alpha angket pada penelitian ini sebesar 0,867 sehingga masuk dalam kategori reliabilitas sangat tinggi (Hidayat, 2021).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji dan mengetahui pada model regresi, variabel independen dan variabel dependen dari penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis grafik dengan melihat grafik normal probability plot (P-Plot) dan alat uji One Kolmogorov- Smirnov (KS).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 1. Grafik Normal P-Plot Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Hasil dari grafik normal P-Plot adalah data residual penelitian terdapat pada sekitar garis diagonal yang berarti menunjukkan data tersebar atau berdistribusi normal. Hal tersebut sesuai dengan Mishra *et al.*, 2019 yang menyatakan bahwa data berbentuk sekitar garis lurus berarti terhindar penyimpangan dari normalitas.

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas (one sample Kolmogorov smirnov) Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test Unstandardized Residual	
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	.129

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil uji tersebut didapatkan nilai sig yang dilihat dari nilai Asymp. Sig (2- tailed) yaitu sebesar 0,129. Hasil output uji One Kolmogorov- Smirnov diketahui bahwa nilai signifikansi 0,129 > α (0,05), maka menunjukkan data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui ada atau tidak terjadinya korelasi antara variabel- variabel independen yang terdiri dari citra merek, harga, dan promosi dalam model regresi linear berganda pada penelitian ini.

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Variabel	Colinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Citra Merek (X1)	0,750	1,334	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga (X2)	0,721	1,387	Tidak terjadi multikolinieritas

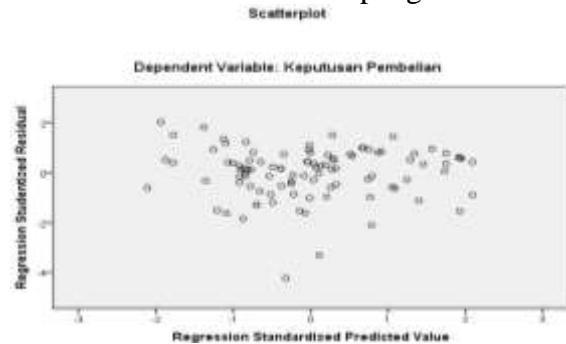
Promosi (X3)	0,746	1,340	Tidak terjadi multikolinieritas
--------------	-------	-------	---------------------------------

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Multikolinieritas terdapat hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan model regresi dengan alat diagnostik *variance inflation factor* (VIF) dan nilai toleransi (Kim, 2019). Uji multikolinieritas menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas karena diketahui bahwa nilai toleransi dari keempat variabel > 0,1 dan nilai VIF dari < 10.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah pada sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk seluruh pengamatan.



Gambar 2. Grafik *Scatterplot* Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai beberapa variasi dari frase “variasi kesalahan tidak konstan” setelah variabel dimasukkan dalam model regresi, variabel yang tersisa berubah sebagai fungsi dari suatu yang tidak ada dalam model (Astivia & Zumbo, 2019). Hasil grafik *scatterplot* menunjukkan titik-titik yang terbentuk tidak beraturan dan menyebar tidak membentuk pola, maka artinya bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 9. Hasil Uji *Spearman Rho* Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Variabel	Sig. (2-tailed)
Citra Merek (X1)	0,977
Harga (X2)	0,391
Promosi (X3)	0,749

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Hasil uji *Spearman Rho* menunjukkan nilai *sig. (2-tailed)* pada hasil uji lebih besar dibandingkan dengan nilai *alpha* (0,05), artinya bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 10 . Hasil Uji Regresi Linier Berganda Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. error
(Constant)	1,982	1,734
Citra Merek	0,073	0,127
Harga	0,377	0,121
Promosi	1,004	0,155

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Hasil dari persamaan regresi linier berganda yang terbentuk dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3$$

$$\hat{Y} = 1,982 + 0,073 X_1 + 0,377 X_2 + 1,044 X_3$$

Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (Adj R²)

Uji koefisien determinasi adalah mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Uji Koefisien Determinasi (Adj R²) Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,707	0,499	0,484	2,716446

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan sebesar 0,484 yaitu termasuk kategori dengan korelasi sedang. Menurut Renny & Dayat (2019), kriteria kekuatan korelasi antar variabel pada *Adjusted R Square* sebesar >0,25 sampai 0,50 termasuk dalam korelasi yang cukup kuat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebesar 48,4% variabel independen yang terdiri dari citra merek, harga dan promosi dalam penelitian ini dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Sedangkan sisanya yaitu sebesar 51,6% dijelaskan oleh variabel- variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini yaitu konsumen yaitu sosial, budaya, pribadi, dan psikologis.

2. Uji F (Anova)

Tabel 12. Hasil Uji F (Anova) Pengaruh Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
<i>Regression</i>	706,636	3	235,54	31	0,000***
<i>Residual</i>	708,392	96	7,379	,9	21
Total	1415,028	99			

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan hasil dari uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji F (0,000) < *alpha* (0,01) dengan tingkat kepercayaan 99%, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen yaitu citra merek, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Seluruh elemen dari variabel independen yang terdiri dari citra merek, harga, dan promosi bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Konsumen akan melakukan pembelian ulang tanpa berpikir ketika produk tersebut sudah sesuai

dengan kebutuhan dan keinginannya. Pengaruh yang kuat akan meningkatkan keputusan pembelian terhadap merek tersebut.

3. Uji t

Tabel 13. Hasil Uji t Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sari Buah Jeruk Kemasan Siap Minum Merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta Tahun 2022

Model	t	Sig.
(Constant)	1,143	0,256
Citra Merek (X1)	0,572	0,568 ^{ns}
Harga (X2)	2,788	0,006**
Promosi (X3)	6,497	0,000***

Sumber : Analisis Data Primer, 2023

Berdasarkan Tabel 13 diperoleh nilai signifikansi (Sig.) dari variabel citra merek sebesar 0,568 > α (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%, artinya variabel tersebut secara individu tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar responden berusia muda yang memiliki pemikiran kritis dan berbagai pertimbangan sehingga mengakibatkan citra merek bukanlah pertimbangan utama dalam melakukan suatu keputusan pembelian. Pendukung lain adalah jawaban responden pada pertanyaan terbuka mengenai kelemahan dari Minute Maid Pulpy Orange yaitu memiliki harga yang lebih mahal dibanding produk pesaing. Karakteristik konsumen mayoritas berstatus sebagai pelajar/ mahasiswa yang hanya memiliki uang saku atau pendapatan tergolong rendah sehingga menjadikan alasan pengaruh citra merek secara individu tidak signifikan terhadap citra merek.

Nilai signifikansi (Sig.) dari variabel harga yaitu sebesar 0,006 \leq α (0,05) dengan tingkat kepercayaan 95%, artinya variabel tersebut secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Kesignifikasian tersebut diakibatkan karena mayoritas responden

adalah pelajar/ mahasiswa yang memiliki uang saku/ pendapatan rendah sehingga harga menjadi pertimbangan. Berdasarkan pertanyaan terbuka responden menilai harga produk Minute Maid Pulpy Orange terjangkau, tapi apabila dipasaran harganya lebih mahal dibanding produk pesaing. Persaingan harga kerap terjadi dalam industri minuman kemasan. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen. Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen, maka konsumen tidak ragu dalam memilih produk tersebut karena menerima manfaat yang sesuai. Responden memberi tanggapan terhadap manfaat yang diperoleh adalah untuk pemenuhan kebutuhan vitamin, menghilangkan dahaga, menyegarkan tubuh, dan memiliki bulir jeruk yang melimpah sehingga menambah kenikmatan dari produk.

Nilai signifikansi (Sig.) variabel promosi sebesar $0,000 \leq \alpha (0,01)$ dengan tingkat kepercayaan 99%, artinya variabel tersebut secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Kesignifikasian terjadi karena mayoritas responden memiliki uang saku atau pendapatan yang tergolong rendah sehingga menjadi pertimbangan utama dalam mengambil keputusan pembelian. Berdasarkan pertanyaan terbuka, harga produk Minute Maid Pulpy Orange lebih mahal dibanding produk pesaing sehingga konsumen mencoba mencari penawaran agar tetap bisa membeli Minute Maid Pulpy Orange dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan. Pendukung lain yaitu mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sehingga cenderung mencari promo dalam belanja barang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian ini adalah: 1) Karakteristik konsumen produk minuman sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta adalah mayoritas berdomisili di Kecamatan

Banjarsari dengan status pelajar/ mahasiswa berjenis kelamin perempuan yang berada pada kelompok usia 20-25 tahun. Pendidikan formal terakhir yaitu SMA/SMK yang memiliki uang saku atau pendapatan konsumen tergolong rendah sebesar <Rp1.500.000 sehingga pembelian dalam sebulan terakhir rata-rata sebanyak 2 kali. 2) Variabel citra merek, harga, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. 3) Pengaruh variabel citra merek secara individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta. Sedangkan variabel harga dan promosi masing-masing secara individu berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sari buah jeruk kemasan siap minum merek Minute Maid Pulpy Orange di Surakarta.

Saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut: 1) Bagi konsumen, sebelum melakukan keputusan pembelian dapat melihat masukan dari konsumen lainnya dan mencari tahu informasi terkait manfaat yang ditawarkan dari produk Minute Maid Pulpy Orange agar sesuai dengan kebutuhan. Konsumen dapat mengikuti media sosial produk Minute Maid Pulpy Orange agar tidak ketinggalan informasi seperti promo dan *event* tertentu untuk mendapatkan kesempatan memperoleh potongan harga.

2) Bagi Perusahaan citra merek, harga, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan sehingga perlu penetapan strategi pemasaran yang tepat seperti memberikan pemahaman terkait manfaat produk, penetapan harga yang lebih terjangkau, dan pemberian varian rasa agar bisa memenangkan persaingan bisnis. 3) Perusahaan PT. Coca Cola Bottling Indonesia diharapkan dapat lebih memperkuat strategi dibidang promosi karena variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh signifikan dan dominan dalam

memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian Minute Maid Pulpy Orange. Strategi yang dilakukan bisa memberikan penawaran khusus pada momen tertentu atau hari besar yang akan diselenggarakan dengan memanfaatkan media interaktif sebagai media penyebaran informasi. Perlu melakukan pendekatan dengan konsumen dengan cara bekerjasama dengan *brand ambassador* dan *influencer* yang memiliki pengaruh sehingga mampu menarik perhatian konsumen. Aktif melakukan promosi melalui media sosial dengan mengikuti *trend* seperti adanya perlombaan kreatif membuat video melalui *Tik Tok*. Selain itu, memperhatikan penetapan harga yang tepat agar lebih menjangkau konsumen sehingga mampu bersaing dengan produk serupa karena harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perusahaan bisa memberikan potongan harga kepada konsumen pada *event* tertentu. PT. Coca-Cola Bottling Indonesia perlu membentuk strategi alternatif pada citra merek yaitu dengan menerapkan berdasarkan pertanyaan terbuka responden adalah memberikan variasi kepada produk berupa rasa dan pilihan *less sugar*.

DAFTAR PUSTAKA

- Astivia, O. L. O., & Zumbo, B. D. (2019). Heteroskedasticity in Multiple Regression Analysis: What It Is, How to Detect It and How to Solve it With Applications in R and SPSS. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 24(1), 1–16.
- Badan Pusat Statistik.2022. *Kota Surakarta Dalam Angka 2022*. <https://surakartakota.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2022&Publikasi%5BkataKunci%5D=kota+surakarta+dalam+angka&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&yt0=Tampilkan>
- Databoks.2022. *10 Negara Penghasil Jeruk Terbesar, Indonesia Masuk Daftar Sumber Food and Agriculture Organization of United Nation (FAO) 2020*.<https://databoks.katadata.co.id/d>atapublish/2022/05/24/10-negara-penghasil-jeruk-terbesar-indonesia-masuk-daftar
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Izzalqurny, T. R., Ilmia, A., & Mufidah, A. (2022). Pemanfaatan dan Pengolahan Potensi Buah Jeruk untuk Pengembangan Produk UMKM Desa Gunting Kecamatan Sukorejo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 67–77.
- Kim, J. H. (2019). Multicollinearity and Misleading Statistical Results. *Korean Journal of Anesthesiology*, 72(6), 558–569. <https://doi.org/10.4097/kja.19087>.
- Mishra, P., Pandey, C. M., Singh, U., Gupta, A., Sahu, C., & Keshri, A. (2019). Descriptive Statistics and Normality Tests for Statistical Data. *Annals of Cardiac Anaesthesia*, 22(1), 67–72. https://doi.org/10.4103/aca.ACA_157_18.
- Miyself, K., & Wasisto, J. (2020). Persepsi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro pada Peluang Kerja Information Professional. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 9(2), 42–50.
- Nengsi, B., Evahelda, E., & Purwasih, R. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Inovasi Madu Kelulut di Kecamatan Manggar Kabupaten Belitung Timur. *Jurnal Studi Inovasi*, 2(3), 9–17. <https://doi.org/10.52000/jsi.v2i3.98>.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analsis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mahematics*, 1(1), 43–53.
- Purwoko, S., Haryana, A., & Tamba, M. (2020). Pengaruh Kemasan, Kualitas dan Harga Produk Susu Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT. Dwimitra Usaha Global. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 10(2), 117–126.

<https://doi.org/10.52643/jam.v10i2.1130>.

Renny, Y., & Dayat, H. I. (2019). Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Di Kalangan Mahasiswa Politeknik Kotabaru. *Al-Ulum Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 5(2), 49–60.

Top Brand Award.2022. *TOP Brand Index (TBI) Minuman Sari Buah Dalam Kemasan Siap Minum Tahun 2017-2021*. <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>.

Zainuri, H. (2020). *Pengembangan Agribisnis Jeruk Nusantara*. ptek Hortikultura Pusat Penelitian dan Pengembangan Hortikultura.