



**PENGARUH *PRODUCT PACKAGING INFORMATION*,
PRICE, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS
PRODUK DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM
REMOJONG KABUPATEN
BREBES SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUTIA OCTA PRIYANA

41221106

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025



**PENGARUH *PRODUCT PACKAGING INFORMATION*,
PRICE, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS
PRODUK DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM
REMOJONG KABUPATEN
BREBES SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

MUTIA OCTA PRIYANA

41221106

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

BUMIAYU

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**PENGARUH *PRODUCT PACKAGING INFORMATION*, *PRICE*, *BRAND TRUST*, *BRAND IMAGE*, KUALITAS RPODUK DAN INOVASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM REMOJONG KABUPATEN BREBES SELATAN.**"

- Oleh

Nama : Mutia Octa Priyana

NIM : 41221106

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomika dan Bisnis

Telah dipertahankan di depan dewan penguji skripsi pada tanggal 26 Agustus tahun 2025.

DEWAN PENGUJI

Nama Penguji

Ketua Tim/Pembimbing

Adi Susanto., S.H., S.Pd., M.M.
NIDN. 0602028302

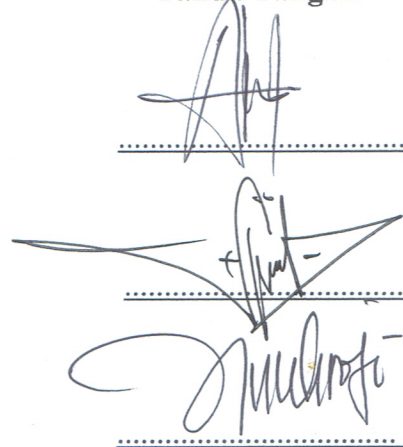
Dosen Penguji I

Sugeng Rianto., S.H., M.Si
NIDN. 0611056503

Dosen Penguji II

Mukhroji., S.E., M.M
NIDN. 062105890

Tanda Tangan



Diterima dan disahkan,
pada tanggal 25. September 2025.



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mutia Octa Priayana

NIM : 41221106

Jurusan : S1 Manajemen

Memaparkan dengan jujur, bahwa skripsi ini merupakan karya orisinil saya sepenuhnya, dan tidak ada bagian dari tulisan atau pemikiran orang lain yang saya akui sebagai milik saya, kecuali disebutkan secara tertulis dalam naskah ini dan tercantum dalam daftar pustaka.

Jika dikemudian hari nanti terungkap atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiat, saya siap menerima konsekuensi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh berdasarkan skripsi ini.

Paguyangan, 26 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Mutia Octa Priyana

NIM. 4122106

MOTO

”Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah 2.286)

Hanya ada satu hal yang membuat mimpi tak mungkin diraih: Perasaan takut gagal

-Paulo Coelho

Barangsiapa berhasil mengalahkan ketakutanya akan menjadi orang yang benar-benar bebas

-Aristoteles

Biar kita jadi doa yang nyata, bermuara pada lapang yang indah

-Nadin Amizah

Bayangkan jika kita tidak menyerah, tantangan apapun dari ayah atau dunia kita hadapi, kita lewati, kita ikuti, kita nikmati

-Hindia Baskara Putra

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Tuhan yang maha esa, Allah SWT. karena atas izin serta rahmatnya, saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen pada program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban. Proses penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan maupun saat penulisan skripsi. Untuk itu, saya menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan.

1. Bapak Dr. Muh. Kadarisman, S.H., M.Si., selaku Rektor Universitas Peradaban.
2. Bapak Mukhroji, S.E., M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban
3. Ibu Sarah Dien Hawa, S.E., M.Si., selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Peradaban.
4. Bapak Adi Susanto, S.H., S.Pd., M.M. Selaku Dosen Pembimbing saya yang dengan sabar dan penuh perhatian telah membimbing penulis dalam proses penyusunan skripsi ini. Atas segala waktu, tenaga, dan pemikiran yang diberikan, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Bimbingan dan arahnya sangat membantu dan berarti dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, terima kasih atas ilmu, bimbingan, dan pengalaman berharga yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh studi. Segala pengetahuan yang diajarkan menjadi bekal penting dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ucapan terima kasih yang tulus dan mendalam saya sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Makmuri dan Ibu Royanti, yang senantiasa menjadi sumber kekuatan, doa, dan motivasi dalam setiap langkah di kehidupan saya. Dengan penuh kesabaran dan kasih sayang, Bapak dan Ibu telah memberikan segalanya-pengorbanan, dukungan, serta keyakinan yang tak pernah surut hingga saya mampu menyelesaikan studi ini. Pencapaian ini bukan semata hasil dari usaha pribadi, melainkan wujud dari cinta dan ketulusan tanpa syarat yang telah kalian tanamkan sepanjang perjalanan hidup saya
7. Kepada orang-orang terdekat saya, khususnya kepada adik-adik saya serta seluruh anggota keluarga, yang selalu memberikan untuk tetap semangat, dan doa yang tak henti-hentinya selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan perhatian mereka menjadi sumber kekuatan tersendiri bagi saya dalam menghadapi berbagai tantangan selama masa studi
8. Teman seperjuangan Leony Yaya Indah, yang selalu hadir dengan penuh semangat dan kesetiaan selama perjalanan akademik ini. Terima kasih telah menjadi sahabat yang dapat diandalkan, tempat berbagi suka dan duka, serta inspirasi yang membuat saya terus maju hingga mencapai titik ini
9. Kepada seluruh teman-teman Manajemen 2021. Kebersamaan kita menjadikan proses akademik ini bukan sekadar sebuah perjalanan, melainkan kisah indah yang akan selalu saya kenang.

10. Sahabat terdekat saya Rekha, Seplong, Sadiyah, Asa, dan Nila. Terima kasih telah menjadi bagian penting dari perjalanan ini.
11. Teman sebangkuan saya Fika, Anjar, Fatur, Indah, serta semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dan memberikan pemikiran, dukungan, kelancaran, dan keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini.
12. Terakhir untuk seorang perempuan Bernama Mutia Octa Priyana, yaitu saya sendiri. Terima kasih untuk selalu bertahan dan yakin diantara kemustahilan itu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pengembangan ilmu pengetahuan.

Paguyangan,
Yang membuat pernyataan

Mutia Octa Priyana
NIM. 41221106

ABSTRAK

Keputusan pembelian mencerminkan tingkat ketertarikan dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk. Penelitian ini menganalisis pengaruh *product packaging information*, *price*, *brand trust*, *brand image*, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM Remojong di Kabupaten Brebes Selatan dengan pendekatan kuantitatif dan sampel 260 responden menggunakan purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *product packaging information*, *price*, *brand image*, dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan, sedangkan *brand trust* dan inovasi tidak signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya peningkatan kualitas produk, kemasan yang informatif, dan penguatan citra merek untuk meningkatkan daya saing dan stabilitas penjualan di pasar lokal.

Kata Kunci: *Product Packaging Information*, *Price*, *Brand Trust*, *Brand Image*, Kualitas Produk, Inovasi, Keputusan pembelian

ABSTRACT

Purchase decisions reflect the level of consumer interest and confidence in a product. This study analyzes the influence of product packaging information, price, brand trust, brand image, and product quality on the purchasing decisions of consumers of UMKM Remojong in Brebes Regency using a quantitative approach with a sample of 260 respondents selected through purposive sampling. The results indicate that product packaging information, price, brand image, and product quality have a significant positive effect, while brand trust and innovation are not significant. These findings highlight the importance of improving product quality, providing informative packaging, and strengthening brand image to enhance competitiveness and stabilize sales in the local market

Keywords: *Product Packaging Information, Price, Brand Trust, Brand Image, Product Quality, Inovation, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
<u>A.</u> Latar Belakang.....	1
<u>B.</u> Rumusan Masalah.....	10
<u>C.</u> Tujuan Penelitian.....	10
<u>D.</u> Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN RUMUSAN MODEL PENELITIAN	13
A. Telaah Pustaka.....	13
1. Informasi kemasan produk	15
2. Harga	17
3. Kepercayaan Merek.....	18
4. Citra merek	20

5. Kualitas produk	22
6. Inovasi	24
7. Keputusan Pembelian	25
B. Rumusan Model Penelitian.....	27
1. Penelitian Terdahulu.....	27
2. Perumusan Hipotesis	31
3. Model penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA.....	37
A. Metode Penelitian.....	37
1. Jenis Penelitian	37
2. Lokasi Penelitian	37
3. Waktu penelitian.....	37
4. Populasi dan Sampel.....	37
5. Sumber data	39
6. Teknik pengumpulan data	40
7. Definisi dan Operasional Variabel	42
B. Teknik Analisis Data.....	45
1. Analisis Deskriptif.....	45
2. Analisis SEM (<i>Structural Equation Modeling</i>)	46
3. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	48
4. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Objek.....	56
1. Profil singkat perusahaan	56

2. Visi Misi UMKM Remojong Brebes Selatan.....	57
B. Gambaran Umum Responden.....	58
C. Analisis Data dan Pembahasan.....	63
1. Analisis Deskriptif.....	63
2. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	72
3. Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	84
4. Pembahasan	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	107
A. KESIMPULAN.....	107
B. SARAN.....	109
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Umkm yang memiliki SIUP	3
Tabel 2. pendapatan per tahun UMKM Remojong.....	4
Tabel 3. Kesenjangan Penelitian	6
Tabel 4. Kesenjangan Penelitian	8
Tabel 5. Pembobotan Skala Likert	41
Tabel 6. Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 7. Definisi Operasional Variabel (lanjutan)	44
Tabel 8. Interpretasi Nilai Indeks	46
Tabel 9. Total Kuesioner.....	58
Tabel 10. Jawaban Responden Variabel <i>Product Packaging Information</i>	64
Tabel 11. Jawaban Responden Variabel <i>Price</i>	65
Tabel 12. Jawaban Responden variabel <i>brand trust</i>	66
Tabel 13. Jawaban Responden variabel <i>brand trust</i> (lanjutan).....	67
Tabel 14. Jawaban Responden variabel <i>brand image</i>	68
Tabel 15. Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk	69
Tabel 16. Jawabaan Responden Variabel Inovasi.....	70
Tabel 17. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	71
Tabel 18. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Independen <i>Product Packaging Information</i>	73
Tabel 19. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden <i>Price</i>	74
Tabel 20. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden <i>Brand Trust</i>	74
Tabel 21. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden <i>Brand Image</i>	75
Tabel 22. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden Kualitas Produk.....	75
Tabel 23. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden Kualitas Produk.....	76

Tabel 24. Nilai <i>Loading Factor</i> Konstruk Indepnden Inovasi.....	76
Tabel 25. Nilai <i>Construct Realiability and Validity</i>	77
Tabel 26. Nilai <i>Cross Loading</i>	78
Tabel 27. Nilai <i>Cross Loading</i>	79
Tabel 28. <i>Heterotrait monotrait Ratio(HTMT) Discriminant Validty</i>	80
Tabel 29. <i>Outer VIF</i>	81
Tabel 30. <i>Outer VIF</i> (Lanjutan)	82
Tabel 31. Signifikasi dan Relevansi <i>Outer Weigth</i>	83
Tabel 32. Signifikasi dan Relevansi <i>Outer Weigth</i> (lanjutan).....	84
Tabel 33. <i>Collinearity Statistic (Inner FIV)</i>	85
Tabel 34. <i>R-square</i>	85
Tabel 35. <i>F-square</i>	86
Tabel 36. <i>Q2 Predictiion relevance</i>	87
Tabel 37. Hasil perhitungan Pls-Predict.....	88
Tabel 38. Hasil statistic	89
Tabel 39. <i>Confidence Interval 95%</i>	90
Tabel 40. Total Direct Effect	93
Tabel 41. Hasil Hipotesis	95
Tabel 42. <i>SRMR</i>	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data UMKM di Indoensia tahun 2018-2023.....	2
Gambar 2 Model Penelitian	36
Gambar 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Gambar 4 Responden Berdasarkan Usia.....	60
Gambar 5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Gambar 6 Responden Berdasarkan Domisili	62
Gambar 7 Hasil Uji <i>Outer Model</i>	73
Gambar 8 Hasil Pengujian Hipotesis	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	123
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 2. tabulasi data variabel keputusan pembelian	129
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel product packaging information	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 3. Tabulasi data variabel <i>product packaging information</i>	136
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i>	143
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143
Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143

Lampiran 4. Tabulasi data variabel <i>price</i> (Lanjutan).....	143
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i>	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 5. Tabulasi data variabel <i>brand trust</i> (Lanjutan)	150
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i>	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 6. Tabulasi data variabel <i>brand image</i> (Lanjutan).....	157
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 7. Tabulasi data variabel kualitas produk (Lanjutan)	164
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi	171
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171

Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171
Lampiran 8. Tabulasi data variabel inovasi (Lanjutan)	171
Lampiran 9. Nilai <i>loading factor</i>	178
Lampiran 10. <i>output construct reliability</i>	179
Lampiran 11. <i>output nilai cross loading</i>	180
Lampiran 12. <i>output fornell-larcker criterion discriminant validity</i>	182
Lampiran 13. <i>output colinearity statistics outer VIF</i>	183
Lampiran 14 <i>output signifikan dan relevansi outer weight</i>	184
Lampiran 15 <i>output colinearity statistics (inner VIF)</i>	185
Lampiran 16 output R2	186
Lampiran 17 output F2.....	187
Lampiran 18 Q2	188
Lampiran 19. <i>output Q prediction relevance</i>	189
Lampiran 20 <i>output hasil T statistik</i>	191
Lampiran 21 <i>confidencce interval 95% dari koefisien jalur</i>	192
Lampiran 22 total <i>direct effect</i>	193
Lampiran 23 Hasil uji Outer Model	194
Lampiran 24 T-Tabel	196
Lampiran 25 Riwayat Hidup	197