

ABSTRAK

Andy Febri Alexander. 2025. Pengaruh Merek, Kemasan, dan Promosi Terhadap Minat Beli pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M. Pembimbing (II) Hendra Setiawan, S.E., M.M.

Saat ini persaingan industri kuliner dan minuman terus berkembang. Perusahaan mulai melakukan banyak sekali inovasi supaya produk mereka diincar oleh konsumen. Berkaitan dengan persaingan usaha minuman kemasan, maka perusahaan memerlukan strategi yang efektif dan efisien agar mampu mencapai keuntungan yang maksimal sehingga dapat terus menjalankan roda perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk memberikan bukti empiris pengaruh merek, kemasan, promosi terhadap minat beli pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun. Untuk memberikan bukti empiris pengaruh merek, kemasan, dan promosi terhadap minat beli pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun. Penelitian ini dilakukan pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun. Sampel penelitian ini 384 responden. Metode dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan bantuan program SPSS versi 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Secara parsial variabel merek (X1), variabel kemasan (X2), dan variabel promosi (X3) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun. 2) Secara simultan variabel merek, kemasan, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Es Teh Jumbo Pakdhe di Kota Madiun.

Kata Kunci: Merek, Kemasan, Promosi, Minat Beli

ABSTRACT

Andy Febri Alexander. 2025. The Influence of Brand, Packaging, and Promotion on Purchase Interest in Jumbo Iced Tea Pakdhe in Madiun City. Thesis. Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas PGRI Madiun. Supervisor (I) Dr. Liliek Nur Sulistiyowati, S.E., M.M. Supervisor (II) Hendra Setiawan, S.E., M.M.

Currently, competition in the culinary and beverage industry continues to grow. Companies are starting to make a lot of innovations so that their products are targeted by consumers. In connection with competition in the packaged beverage business, companies need an effective and efficient strategy to be able to achieve maximum profits so that they can continue to run the company. The aim of this research is to; 1) Provide empirical evidence of the influence of brand, packaging, promotion on purchasing interest in Jumnbo Pakdhe Ice Tea in Madiun City. This research was 384 respondents. The method in this research is quantitative research using multiple linear regression analysis and using the SPSS version 20 program. The results of the research show that: 1) Partially the brand variable (X1), packaging variable (X2), and promotion variable (X3) have an influence which is positive and significant towards purchasing interest in Jumbo Pakdhe Ice Tea in Madiun City. 2) Simultaneously the brand, packaging and promotion variables have a positive and significant effect on purchasing interest in Jumbo Pakdhe Ice Tea in Madiun City.

Keywords: *Brand, Packaging, Promotion, Purchase Interest*