

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan Ultramilk



Gambar 4.1 Logo Perusahaan UltraMilk

Sumber: ultrajaya.co.id

Berawal dari sebuah perusahaan susu di tahun 1950-an, Ultrajaya telah berkembang dengan sangat pesat hingga mampu meraih posisi saat ini sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia untuk produk-produk susu dan jus buah. PT Ultrajaya diawali dari sebuah perusahaan susu yang kecil pada tahun 1958 di Bandung. Lalu pada tahun 1971, perusahaan ini memasuki tahap pertumbuhan pesat sejalan dengan perubahannya menjadi PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company.

PT Ultrajaya ini merupakan perusahaan pertama dan terbesar di Indonesia yang menghasilkan produk-produk susu, minuman dan makanan dalam kemasan aseptik yang tahan lama dengan merek-merek terkenal seperti Ultra Milk untuk produk susu, Buavita untuk jus buah segar dan Teh Kotak untuk minuman teh segar. Lokasi pabriknya terletak sangat strategis di pusat daerah pedalaman pertanian Bandung yang menyediakan sumber daya alam yang melimpah, segar dan berkualitas.

Mulai dari susu segar, daun teh, hingga buah-buahan tropis. Kesegaran bahan baku ini dan kualitas gizi alaminya dapat dipertahankan melalui teknologi proses UHT (Ultra High Temperature) dan pengemasan aseptik tanpamenggunakan bahan pengawet apapun.

Saat ini, 90 persen dari keseluruhan hasil produksi perusahaan ini dipasarkan di seluruh Indonesia, sementara sisanya diekspor ke negara-negara di Asia, Eropa, Timur Tengah, Australia dan Amerika Serikat. Baik untuk pasar dalam negeri maupun ekspor, produk-produk yang dijual adalah produk yang sejenis. Pertumbuhan pesat tersebut diraih oleh adanya sebuah filosofi sederhana: “Sebuah tekad untuk memproduksi produk dalam kemasan berkualitas tinggi memenuhi kebutuhan konsumen Indonesia yang terus meningkat”.

B. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menjadi perusahaan industri makanan dan minuman terbaik dan terbesar di Indonesia, senantiasa mengutamakan kepuasan konsumen, serta menjunjung tinggi kepercayaan para pemegang saham dan mitra kerja perusahaan.

2. Misi Perusahaan

Menjalankan usaha dengan dilandasi kepekaan yang tinggi untuk senantiasa berorientasi kepada pasar/konsumen dan lingkungan. Dilakukan secara optimal agar dapat memberikan nilai tambah wujud pertanggung-jawaban kepada para pemegang saham.

C. Produk Ultramilk

1. Ultramilk Full Cream

Merupakan susu segar alami berkualitas tinggi dengan berbagai kebaikan seluruh kandungan nutrisi didalamnya, mulai dari protein, karbohidrat, vitamin, serta berbagai macam mineral seperti kalsium, magnesium, fosfor. Menjadikan Ultra Milk Full Cream

susu bernutrisi seimbang yang baik diminum sehari-hari. Selain itu, Ultramilk Full Cream juga mengandung nutrisi yang baik mendukung pertumbuhan anak-anak maupun dewasa. Ultra Milk Full Cream dapat dijadikan bahan baku untuk memasak serta membuat kue. Produk ini juga direkomendasikan untuk diminum anak-anak di atas satu tahun karena Ultra Milk Full cream mengandung berbagai kebaikan protein, vitamin dan mineral.

2. Ultramilk Low Fat Source For Calcium

Ultra Milk Low Fat High Calcium dibuat dari 100% susu sapi, dengan pengurangan kandungan lemaknya serta meningkatkan kandungan kalsiumnya. Keseimbangan kandungan lemak dan kalsium di dalamnya untuk memastikan kalsium dapat terserap baik oleh tubuh. Kandungan rendah lemaknya dapat membantu menjaga atau mengurangi berat badan. Ultra Milk Low Fat High Calcium juga baik untuk dikonsumsi sehari-hari. Produk ini cocok untuk orang dewasa muda yang memiliki gaya hidup aktif.

Kalsium susu yang terkandung didalamnya, berasal dari susu segar alami. Lebih cepat diserap oleh tubuh dibandingkan produk lainnya karena selain mengandung kalsium susu, produk ini juga mengandung 9 nutrisi penting bagi tubuh. Departemen Pertanian U.S (USDA) menyebutkan "9 nutrisi penting bagi tubuh ini" adalah makanan baik bagi tubuh untuk menjalankan fungsinya secara baik. Nutrisi ini terkandung dalam susu cair segar, dimana tubuh tidak memproduksi sebanyak kebutuhan sehari-harinya.

3. Ultramilk Flavor

Susu cair segar berkualitas tinggi dengan perpaduan natural rasa coklat, strawberry, dan mocca yang juga mengandung keseimbangan nutrisi baik dari protein, karbohidrat, vitamin, dan mineral seperti kalsium, magnesium, fosfor. Sangat cocok diminum

sehari-hari terutama oleh remaja. Produk ini memiliki citarasa terbaik diantara prosuk susu cair lainnya karena berasal dari kesegaran dan kemurnian bahan dasar susunya. Produk ini baik untuk diminum anak-anak berumur 1 tahun ke atas, apalagi ditambah varian rasa dari bahan alami yang mengandung banyak nutrisi alami yang dibutuhkan tubuh, terutama bagi remaja yang sedang dalam masa pertumbuhan.

D. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel 4. 1

Identitas Responden: Jenis Kelamin

N = 82

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase %
1	Laki-laki	29	32,9
2	Perempuan	53	67,1
	Jumlah	82	100

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel jenis kelamin di atas dari seluruh responden sebanyak 82 orang dan presentase 100% dapat diketahui bahwa responden terbanyak dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 53 orang atau 67,1% dan sisanya sebanyak 29 orang atau 32,9% berjenis kelamin laki-laki.

b. Umur Responden

Tabel 4. 2

Identitas Responden: Umur

N = 82

No	Umur	Frekuensi	Presentase %
1	<20 Tahun	15	18,3
2	20-25 Tahun	52	64,6
3	25-30 Tahun	12	14,6
4	>30 Tahun	3	2,5
	Jumlah	82	100

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel umur di atas, dari seluruh responden sebanyak 82 orang dengan presentase 100% dapat diketahui bahwa sebanyak 15 orang atau 18,3% berusia kurang dari 20 tahun, sebanyak 52 orang atau 64,6% berusia 20-25 tahun, sebanyak 12 orang atau 14,6% berusia 25-30 tahun, dan 3 orang atau 2,5% berusia lebih dari 30 tahun. Responden terbanyak berada pada usia 20 – 25 tahun.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4. 3

Identitas Responden: Pekerjaan

N = 82

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase %
1	Pelajar/Mahasiswa	54	65,9
2	Pegawai Swasta	17	20,7
3	Pegawai Negeri	11	13,4
	Jumlah	82	100

Sumber: Hasil Penelitian Bulan Juni 2024

Berdasarkan data tabel pekerjaan di atas, dari seluruh responden sebanyak 82 orang dengan presentase 100% dapat diketahui bahwa

sebanyak 54 orang atau 65,9% sebagai pelajar/mahasiswa, sebanyak 17 orang atau 20,7% bekerja sebagai pegawai swasta, dan sebanyak 11 orang atau 13,4% sebagai pegawai negeri. Responden terbanyak adalah Pelajar/mahasiswa sebanyak 54 orang atau 65,9%.

2. Hasil pernyataan dimensi Variabel X (*sales promotion*)

Pada variabel X ini menggunakan 7 dimensi, yaitu sampel, kupon, kontes; undian; permainan, promosi silang, harga paket, penetapan harga, hadiah. Menggunakan sebanyak 25 pernyataan dengan hasil penelitian diketahui sebagai berikut:

a) Contoh Produk (Sampel)

Tabel 4. 4

Ultramilk pernah membagikan sampel produk gratis dalam sebuah event

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	28	34,1
Setuju	44	53,7
Netral	5	6,1
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	2	2,4
Jumlah	82	100

Sumber: Hasil penelitian bulan juni 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 28 orang dengan persentasi 34,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 44 orang dengan persentase 53,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 5 orang dengan persentase 6,1% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4 menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 44

orang dengan persentase 53,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan adanya pembagian sampel produk gratis oleh Ultramilk dalam sebuah event sebagai bentuk promosi penjualan.

Tabel 4. 5

Ultramilk pernah membagikan sampel produk gratis untuk memperkenalkan produk baru

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	46,3
Setuju	29	35,4
Netral	9	11
Tidak Setuju	4	4,9
Sangat Tidak Setuju	2	2,4
Jumlah	82	100

Sumber: Hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 38 orang dengan persentasi 46,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 35,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang dengan persentase 11% menyatakan netral, sebanyak 4 orang dengan presentase 4,9% menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4 menyatakan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah membagikan sampel produk ultramilk secara gratis untuk memperkenalkan produk baru.

b) Kupon (*coupons*)

Tabel 4. 6

Ultramilk pernah memberikan kupon diskon presentase tertentu (contoh: diskon 10% untuk susu ukuran 250ml)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	30	36,6
Setuju	39	47,6
Netral	8	9,8
Tidak Setuju	5	6,1
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 30 orang dengan persentasi 36,6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 39 orang dengan persentase 47,6% menyatakan setuju, dan sebanyak 8 orang dengan persentase 9,8% menyatakan netral, sebanyak 5 orang dengan presentase 6,1% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 30 orang dengan persentase 36,6% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan kupon diskon presentase tertentu seperti diskon 10% untuk susu ukuran 250ml.

Tabel 4. 7

Ultramilk pernah memberikan kupon beli 2 gratis 1

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	36	43,9
Setuju	35	42,7
Netral	3	3,7
Tidak Setuju	8	9,8
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 36 orang dengan persentasi 43,9% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 3 orang dengan persentase 3,7% menyatakan netral, sebanyak 8 orang dengan presentase 9,8% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan persentase 43,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan kupon beli 2 gratis 1.

Tabel 4. 8

Ultramilk pernah memberikan kupon waktu terbatas

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	29	35,4
Setuju	36	43,9
Netral	15	18,3
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel diketahui bahwa sebanyak 29 orang dengan persentasi 35.4% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 36 orang dengan persentase 43,9% menyatakan setuju, dan sebanyak 15 orang dengan persentase 18,3% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan persentase 43,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan kupon waktu terbatas.

Tabel 4. 9

Ultramilk pernah memberikan kupon acara khusus

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	37	45,1
Setuju	35	42,7
Netral	7	8,5
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentasi 45,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 7 orang dengan persentase 8,5% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan kupon acara khusus.

c) **Kontes, Undian, Permainan**

Tabel 4. 10

Ultramilk pernah mengadakan kontes keterampilan di
Instagram
N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	38	46,3
Netral	8	9,8
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 8 orang dengan persentase 9,8% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 39 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan kontes keterampilan di Instagram.

Tabel 4. 11

Ultramilk pernah mengadakan undian berhadiah di
Instagram
N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	40	48,8
Setuju	37	45,1
Netral	4	4,9
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 40 orang dengan persentasi 48,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan setuju, dan sebanyak 4 orang dengan persentase 4,9% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan undian berhadiah di Instagram.

Tabel 4. 12
 Ultramilk pernah mengadakan permainan instan di
 Instagram
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	38	46,3
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentasi 40,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan permainan instan di Instagram.

Tabel 4. 13

Ultramilk pernah mengadakan trivia dan kuis di Instagram

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	40	48,8
Netral	9	11
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentasi 40,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang dengan persentase 11% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden juga yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan trivia dan kuis di Instagram.

Tabel 4. 14
 Ultramilk pernah mengadakan permainan digital melalui
 website
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	29	35,4
Netral	17	20,7
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 35,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 17 orang dengan persentase 20,7% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden juga yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan permainan digital melalui website.

Tabel 4. 15

Ultramilk pernah mengadakan kontes tagar di Instagram

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	40	48,8
Netral	7	8,5
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 7 orang dengan persentase 8,5% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden juga yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan kontes tagar di Instagram.

d) Promosi Silang

Tabel 4. 16

Ultramilk pernah memberikan bundling atau paket gabungan

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	45	51,2
Setuju	28	34,1
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 45 orang dengan persentasi 51,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 28 orang dengan persentase 34,1% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden juga yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 45 orang dengan persentase 51,2% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan bundling atau paket gabungan.

Tabel 4. 17
 Ultramilk pernah mengadakan kontes bersama
 brand/produk lain
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	38	46,3
Netral	5	6,1
Tidak Setuju	4	4,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 5 orang dengan persentase 6,1% menyatakan netral, sebanyak 4 orang dengan presentase 4,9% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah mengadakan kontes bersama brand/produk lain.

Tabel 4. 18

Ultramilk pernah melakukan promosi di media sosial
bersama brand/produk lain
N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	42	51,2
Setuju	31	37,8
Netral	7	8,5
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 42 orang dengan persentasi 51,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 31 orang dengan persentase 37,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 7 orang dengan persentase 8,5% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 42 orang dengan persentase 51,2% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah melakukan promosi di media sosial bersama brand/produk lain.

Tabel 4. 19
 Ultramilk pernah menjadi sponsor event bersama
 brand/produk lain
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	53	64,6
Setuju	23	28
Netral	4	4,9
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: Hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 53 orang dengan persentasi 64,6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 23 orang dengan persentase 28% menyatakan setuju, dan sebanyak 4 orang dengan persentase 4,9% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 53 orang dengan persentase 64,6% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah menjadi sponsor event bersama brand/produk.

e) **Harga Paket**

Tabel 4. 20

Ultramilk pernah menawarkan harga paket langganan

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	32	39
Setuju	37	45,1
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 32 orang dengan persentasi 39% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 39% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah menawarkan harga paket langganan.

Tabel 4. 21

Ultramilk pernah menawarkan harga paket hadiah

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	32	39
Setuju	36	43,9
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	2	2,4
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 32 orang dengan persentasi 39% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 36 orang dengan persentase 43,9% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 36 orang dengan persentase 43,9% menyatakan Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah menawarkan harga paket hadiah.

f) Penetapan harga

Tabel 4. 22

Ultramilk pernah memberikan harga diskon kuantitas

(contoh: beli 2 gratis 1)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	44	53,7
Setuju	29	35,4
Netral	2	2,4
Tidak Setuju	6	7,3
Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 44 orang dengan persentasi 53,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 35,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 2 orang dengan persentase 2,4% menyatakan netral, sebanyak 6 orang dengan presentase 7,3% menyatakan tidak setuju dan sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 44 orang dengan persentase 53,7% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan harga diskon kuantitas seperti beli 2 gratis 1.

Tabel 4. 23

Ultramilk sering melakukan penetapan harga psikologis
(penulisan harga Rp 6.900 bukan Rp 7.000)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	40	48,8
Setuju	38	46,3
Netral	3	3,7
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	1	1,2
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 40 orang dengan persentasi 48,8% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 3 orang dengan persentase 3,7% menyatakan netral, tidak ada responden menjawab tidak setuju dan sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk sering melakukan penetapan harga psikologis (penulisan harga Rp 6.900 bukan Rp 7.000).

Tabel 4. 24

Ultramilk pernah menawarkan harga *bundling*

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	46,3
Setuju	35	42,7
Netral	8	9,8
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 38 orang dengan persentasi 46,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 8 orang dengan persentase 9,8% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah menawarkan harga bundling.

Tabel 4. 25

Ultramilk pernah melakukan penetapan harga berjenjang
(harga menjadi lebih murah jika membeli kemasan lebih
besar)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	47	57,3
Setuju	31	37,8
Netral	4	4,9
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 47 orang dengan persentasi 57,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 31 orang dengan persentase 37,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 4 orang dengan persentase 4,9% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 47 orang dengan persentase 57,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah melakukan penetapan harga berjenjang (harga menjadi lebih murah jika membeli kemasan lebih besar).

g) Hadiah

Tabel 4. 26

Ultramilk pernah memberikan *gift* berupa *merchandise*

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	35	42,7
Netral	9	11
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang dengan persentase 11% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis responden dengan jumlah yang sama yaitu 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan Sangat Setuju dan setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan *gift* berupa *merchandise*.

Tabel 4. 27

Ultramilk pernah memberikan *gift* berupa poin loyalitas

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	37	45,1
Setuju	26	31,7
Netral	16	19,5
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentasi 45,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 26 orang dengan persentase 31,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 16 orang dengan persentase 19,5% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan *gift* berupa poin loyalitas.

Tabel 4. 28

Ultramilk pernah memberikan *gift* paket hadiah khusus

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	37	45,1
Setuju	34	41,5
Netral	7	8,5
Tidak Setuju	4	4,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentasi 45,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 34 orang dengan persentase 41,5% menyatakan setuju, dan sebanyak 7 orang dengan persentase 8,5% menyatakan netral, sebanyak 4 orang dengan presentase 4,9% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Ultramilk pernah memberikan gift paket hadiah khusus

3. Hasil Pernyataan Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Pada variabel Y ini menggunakan 5 dimensi, yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, perilaku setelah membeli. Menggunakan sebanyak 15 pernyataan dengan hasil sebagai berikut:

a) **Pengenalan masalah (*problem recognition*)**

Tabel 4. 29

Responden memahami bahwa terdapat kebutuhan pribadi yang perlu dipenuhi

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	43	52,4
Netral	6	7,3
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentasi 40,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 43 orang dengan persentase 52,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 6 orang dengan persentase 7,3% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 43 orang dengan persentase 52,4% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya memahami bahwa terdapat kebutuhan pribadi yang perlu dipenuhi.

Tabel 4. 30

Responden menyadari bahwa Ultramilk sedang melakukan promosi dengan Stray Kids

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	50	61
Setuju	27	32,9
Netral	5	6,1
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 50 orang dengan persentasi 61% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 27 orang dengan persentase 32,9% menyatakan setuju, dan sebanyak 5 orang dengan persentase 6,1% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 50 orang dengan persentase 61% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya menyadari bahwa Ultramilk sedang melakukan promosi dengan Stray Kids.

Tabel 4. 31

Responden memiliki ketertarikan untuk membeli produk
Ultramilk
N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	39	47,6
Setuju	40	48,8
Netral	3	3,7
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 39 orang dengan persentasi 47,6% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 40 orang dengan persentase 48,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 3 orang dengan persentase 3,7% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 50 orang dengan persentase 61% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya memiliki ketertarikan untuk membeli produk Ultramilk.

b) Pencarian informasi (*information search*)

Tabel 4. 32

Responden mencari tahu informasi secara internal tentang produk Ultramilk

(melalui pengalaman pribadi atau pernah membeli Ultramilk sebelumnya)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	35	42,7
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	4	4,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentasi 40,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 4 orang dengan presentase 4,9% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya mencari tahu informasi secara internal tentang produk Ultramilk (melalui pengalaman pribadi atau pernah membeli Ultramilk sebelumnya).

Tabel 4. 33

Responden mencari tahu informasi tentang produk Ultramilk secara eksternal melalui keluarga atau teman dekat.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	33	40,2
Setuju	28	34,1
Netral	15	18,3
Tidak Setuju	6	7,3
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 33 orang dengan persentasi 40,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 28 orang dengan persentase 34,1% menyatakan setuju, dan sebanyak 15 orang dengan persentase 18,3% menyatakan netral, sebanyak 6 orang dengan presentase 7,3% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 33 orang dengan persentase 40,2% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya mencari tahu informasi tentang produk Ultramilk secara eksternal melalui keluarga atau teman dekat.

Tabel 4. 34

Responden mencari tahu tentang produk Ultramilk melalui media sosial dan internet.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	38	46,3
Netral	6	7,3
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 6 orang dengan persentase 7,3% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya mencari tahu tentang produk Ultramilk melalui media sosial dan internet.

c) **Evaluasi alternatif** (*evaluation alternative*)

Tabel 4. 35

Responden meng-evaluasi produk Ultramilk berdasarkan atribut produk (rasa, kandungan nutrisi, kemasan)

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	37	45,1
Setuju	28	34,1
Netral	8	9,8
Tidak Setuju	9	11
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 37 orang dengan persentasi 45,1% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 28 orang dengan persentase 34,1% menyatakan setuju, dan sebanyak 8 orang dengan persentase 9,8% menyatakan netral, sebanyak 9 orang dengan presentase 11% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 37 orang dengan persentase 45,1% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya meng-evaluasi produk Ultramilk berdasarkan atribut produk (rasa, kandungan nutrisi, kemasan).

Tabel 4. 36
 Responden meng-evaluasi produk Ultramilk
 berdasarkan harga
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	29	35,4
Setuju	38	46,3
Netral	11	13,4
Tidak Setuju	4	4,9
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 29 orang dengan persentasi 35,4% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 11 orang dengan persentase 13,4% menyatakan netral, sebanyak 4 orang dengan presentase 4,9% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Setuju dengan pernyataan Saya meng-evaluasi produk Ultramilk berdasarkan harga.

Tabel 4. 37

Responden meng-evaluasi produk Ultramilk berdasarkan rekomendasi.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	46,3
Setuju	31	37,8
Netral	10	12,2
Tidak Setuju	3	3,7
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 38 orang dengan persentasi 46,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 31 orang dengan persentase 46,3% menyatakan setuju, dan sebanyak 10 orang dengan persentase 12,2% menyatakan netral, sebanyak 3 orang dengan presentase 3,7% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya meng-evaluasi produk Ultramilk berdasarkan rekomendasi.

d) Keputusan Pembelian (*purchase decision*)

Tabel 4. 38

Responden membeli Ultramilk sesuai dengan keputusan awal.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	46,3
Setuju	32	39
Netral	11	13,4
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 38 orang dengan persentasi 46,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 32 orang dengan persentase 39% menyatakan setuju, dan sebanyak 11 orang dengan persentase 13,4% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya membeli Ultramilk sesuai dengan keputusan awal.

Tabel 4. 39
 Responden membeli Ultramilk setelah melakukan
 perbandingan dengan produk lain
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	38	46,3
Setuju	33	40,2
Netral	9	11
Tidak Setuju	2	2,4
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 38 orang dengan persentasi 46,3% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 33 orang dengan persentase 40,2% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang dengan persentase 11% menyatakan netral, sebanyak 2 orang dengan presentase 2,4% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya membeli Ultramilk setelah melakukan perbandingan dengan produk lain.

e) **Perilaku setelah pembelian (*post purchase behavior*)**

Tabel 4. 40

Responden merasa puas setelah membeli produk
Ultramilk.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	51	62,2
Setuju	29	35,4
Netral	2	2,4
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 51 orang dengan persentasi 62,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 35,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 2 orang dengan persentase 2,4% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya merasa puas setelah membeli produk Ultramilk.

Tabel 4. 41

Saya memberikan ulasan tentang produk Ultramilk yang telah dibeli.

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	35	42,7
Setuju	31	37,8
Netral	9	11
Tidak Setuju	7	8,5
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 35 orang dengan persentasi 42,7% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 31 orang dengan persentase 37,8% menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang dengan persentase 11% menyatakan netral, sebanyak 7 orang dengan presentase 8,5% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya memberikan ulasan tentang produk Ultramilk yang telah dibeli.

Tabel 4. 42

Responden melakukan pembelian ulang produk Ultramilk

N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	45	59,8
Setuju	32	39
Netral	1	1,2
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 51 orang dengan persentasi 62,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 29 orang dengan persentase 35,4% menyatakan setuju, dan sebanyak 2 orang dengan persentase 2,4% menyatakan netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 38 orang dengan persentase 46,3% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya melakukan pembelian ulang produk Ultramilk.

Tabel 4. 43

Responden memberikan rekomendasi tentang produk
 Ultramilk kepada keluarga atau teman
 N = 82

Pernyataan	Frekuensi	Presentase
Sangat Setuju	45	51,2
Setuju	35	42,7
Netral	4	4,9
Tidak Setuju	1	1,2
Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah	82	100

Sumber: hasil penelitian bulan Juni 2024

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa sebanyak 45 orang dengan persentase 51,2% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 35 orang dengan persentase 42,7% menyatakan setuju, dan sebanyak 4 orang dengan persentase 4,9% menyatakan netral, sebanyak 1 orang dengan presentase 1,2% menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini dapat diketahui mayoritas responden yaitu 45 orang dengan persentase 51,2% menyatakan Sangat Setuju dengan pernyataan Saya memberikan rekomendasi tentang produk Ultramilk kepada keluarga atau teman.

4. Rekapitulasi Hasil

Berikut adalah hasil rekapitulasi indikator atau komponen pendukung variabel X, yaitu pengaruh promosi penjualan Ultramilk berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4. 44

Rekapitulasi variabel X (promosi penjualan)

Pernyataan	Mean
1	4,13
2	4,19
3	4,14
4	4,20
5	4,12
6	4,29
7	4,30
8	4,41
9	4,25
10	4,24
11	4,19
12	4,28
13	4,34
14	4,26
15	4,37
16	4,54
17	4,19
18	4,14
19	4,32
20	4,37
21	4,34
22	4,48
23	4,24
24	4,18
25	4,26
Jumlah	106,8
Rata-rata	4,276

Sumber: Hasil perhitungan SPSS

Secara keseluruhan responden menilai bahwa promosi penjualan (X) yaitu tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada promosi penjualan (X) sebesar 4,27. Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil indikator atau komponen pendukung variabel Y yaitu Keputusan Pembelian. Berdasarkan tabel berikut:

Tabel 4. 45

Rekapitulasi variabel Y (keputusan pembelian)

Pernyataan	Mean
1	4,32
2	4,51
3	4,41
4	4,19
5	4,07
6	4,28
7	4,13
8	4,12
9	4,26
10	4,30
11	4,30
12	4,34
13	4,14
14	4,23
15	4,43
Jumlah	64,08
Rata-rata	4,272

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Secara keseluruhan responden menilai bahwa Keputusan Pembelian (Y) yaitu tinggi (setuju). Hal ini ditunjukkan

dengan nilai rata-rata jawaban responden kepada Keputusan Pembelian (Y) sebesar 4,27.

5. Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis uji regresi dilakukan untuk memperoleh gambaran pengaruh variabel independen (X) yaitu promosi penjualan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Berikut ini adalah data hasil pengolahan SPSS 25 *for Windows*:

Tabel 4. 46

Hasil Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.620 ^a	.384	.377	5.15015

a. Predictors: (Constant), TotalX

Sumber: Hasil Perhitungan SPSS

Analisis regresi yang dilakukan pada bagian ini adalah regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen (X) dengan satu variabel dependen (Y). R disebut sebagai koefisien korelasi, maka dapat dibaca nilai R atau koefisien korelasi antara variabel pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,620.

1. 0,00 – 0,199 artinya sangat rendah atau lemah sekali
2. 0,20 – 0,399 artinya rendah atau lemah
3. 0,40 – 0,599 artinya sedang atau cukup
4. 0,60 – 0,799 artinya tinggi atau kuat
5. 0,80 – 1,00 artinya sangat tinggi atau kuat sekali

Sedangkan R square disebut juga koefisien determinansi, dapat dibaca bahwa nilai R square menunjukkan angka 0,384. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh pengaruh Promosi Penjualan adalah sebesar 38,4%, sementara sisanya 61,1%. Artinya hubungan atau korelasi antara variabel promosi penjualan berpengaruh rendah atau lemah terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. 47
Hasil ANOVA

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1324.482	1	1324.482	49.935	.000 ^b
	Residual	2121.920	80	26.524		
	Total	3446.402	81			

a. Dependent Variable: TotalY

b. Predictors: (Constant), TotalX

Sumber: hasil perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai uji ANOVA yaitu nilai F sebesar 49,935 dengan nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,00 yaitu $0,00 < 0,10$ maka dapat diartikan bahwa variabel promosi penjualan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk dapat digunakan sebagai model regresi dalam memprediksi variabel terikat, maka angka probabilitas atau (sig) harus $< 0,10$. Angka probabilitas (sig) $0,000 < 0,10$ maka model regresi ini layak untuk digunakan dalam memprediksi Pengaruh promosi penjualan Ultramilk terhadap Keputusan Pembelian.

Tabel 4. 48
 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.529	6.049		3.559	.001
	TotalX	.398	.056	.620	7.066	.000

a. Dependent Variable: TotalY

Sumber: hasil perhitungan SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat tabel persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 21,529 + 0,398$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Promosi Penjualan

A = nilai konstan dari *Unstandardized Coefficients*. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 21,529

B = nilai koefisien regresi. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 0,573

Berdasarkan model diatas, maka diperoleh jika $X = 1$, hal ini ditunjukkan sebagai berikut:

$$Y = 21,529 + 0,573 X$$

$$Y = 21,529 + 0,573 (1)$$

$$Y = 22,102$$

Artinya setiap peningkatan Variabel Independen (X) sebesar 1, maka akan meningkatkan Pengambilan Keputusan Pembelian sebesar 22,102.

6. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel X dengan variabel Y yang telah didapat maka perlu dilakukan uji hipotesis. Dengan demikian:

Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ H_0 ditolak H_a diterima (ada pengaruh)

Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ H_0 diterima H_a ditolak (tidak ada pengaruh)

$$N = 82$$

$$R = 0,384$$

$$T = r\sqrt{n-2}$$
$$\sqrt{(1-r^2)}$$

$$T = 0,384 \sqrt{82-2}$$

$$\sqrt{1-0,384^2}$$

$$T = 0,384 \sqrt{80}$$

$$\sqrt{1-0,147456}$$

$$T = 0,384 (8,9442)$$

$$\sqrt{0,923363}$$

$$T = 3,4345$$

$$0,9609$$

$$T = 3,5742$$

Untuk melihat t tabel dapat dilihat dengan derajat bebas $n = (\text{jumlah sampel}) - k$ (jumlah variabel). Derajat bebasnya adalah $82-2=80$ yang dilakukan uji dua arah dengan signifikan 10%. Untuk melihat uji hipotesis yang dilihat pada tabel t hitung 3,5742 dan tabel 0,306. Karena nilai t hitung = $3,5742 > 0,306$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara pengaruh promosi penjualan Ultramilk terhadap keputusan pembelian.

7. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini membahas dua variabel, yakni variabel independen berupa pengaruh promosi penjualan Ultramilk (X) terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian (Y). Menurut Kotler and Keller (2019:615), promosi penjualan merupakan salah satu alat promosi yang efektif digunakan untuk mendorong konsumen melakukan pembelian dalam jangka pendek. Promosi penjualan berfungsi untuk menarik perhatian konsumen, memberikan insentif untuk membeli dengan memberikan nilai tambah pada produk sehingga membuat konsumen lebih terdorong untuk segera melakukan keputusan pembelian. Adapun definisi Keputusan Pembelian menurut Kotler and Keller (2019:253) adalah suatu proses yang harus dilewati konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Kedua variabel tersebut telah melalui uji validitas yang bertujuan untuk mengetahui valid atau tidaknya pernyataan dari kedua variabel, dinyatakan valid apabila nilai r hitung $> r$ tabel. Setelah tahap uji validitas maka dilakukan uji reliabilitas pada kedua variabel. Hasil uji reliabilitas pada variabel X menghasilkan nilai sebesar 0,832 dan pada variabel Y sebesar 0,781. Dari kedua hasil variabel promosi penjualan dan keputusan pembelian ini sangat reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,6. Nilai R square atau nilai koefisien determinan menunjukkan angka 0,384. Angka tersebut diartikan bahwa Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh pengaruh Promosi Penjualan adalah sebesar 38,4%, sementara sisanya 61,1%. Artinya hubungan atau korelasi antara variabel promosi penjualan berpengaruh rendah atau lemah terhadap keputusan pembelian.

Oleh karena itu diperlukan faktor lain yang dapat memengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Seperti yang telah dibuktikan oleh beberapa penelitian terdahulu, yakni pada penelitian Wahyu Nurbayzura dan Ugy Soebiantoro (2023) tentang “Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Susu UHT Indomilk: Studi pada Konsumen Susu UHT Indomilk di Surabaya”. Memiliki hasil yang signifikan antara promosi dan citra merek terhadap

keputusan pembelian. Selain adanya promosi penjualan, diperlukan juga citra merek untuk dapat meningkatkan keputusan pembelian. Adapun hasil dari penelitian lain yang menunjukkan bahwa faktor harga juga dapat memengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian, hal tersebut dibuktikan melalui penelitian yang dilakukan oleh Dedeh Dedeh dan Ahmad Nurdin Hasibuan (2021) mengenai “Analisis Keputusan Pembelian Susu Cair Indomilk Yang Dipengaruhi Oleh Harga Dan Promosi”.

Pada penelitian ini membahas dua variabel, yaitu variabel independen berupa pengaruh promosi penjualan Ultramilk (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Responden dalam penelitian ini adalah anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT sebanyak 82 responden. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 53 orang atau 67,1% dan responden laki-laki sebanyak 29 orang atau 32,9% (tabel 4.1)

Mayoritas umur responden berada pada usia 21 – 25 tahun sebanyak 52 orang atau 64,6%. Lalu sebanyak 15 orang atau 18,3% merupakan responden berusia kurang dari 20 tahun, sebanyak 12 orang atau 14,6% berusia 26-30 tahun, dan 3 orang atau 2,5% berusia lebih dari 31 tahun (tabel 4.2)

1) Promosi Penjualan Ultramilk pada anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur promosi penjualan (Variabel X) yang dilihat dari keseluruhan dimensi Sampel, Kupon, Kontes; Undian; permainan, Promosi Silang, Harga Paket, Penetapan Harga, dan Hadiah menurut Kotler & Keller (2019:615). Dimensi-dimensi tersebut diketahui responden merespon dengan positif dan cukup tinggi (setuju) dari keseluruhan pernyataan yang diajukan. Hal ini dilihat dari nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Pengaruh Promosi Penjualan Ultramilk (X) sebesar 4,27 (tabel 4,46).

Berdasarkan dari teori yang digunakan untuk mengukur variabel X yaitu promosi penjualan, pernyataan yang memiliki data tertinggi adalah X16 berada pada dimensi harga dimensi Harga Paket yang memiliki pernyataan “Ultramilk pernah menawarkan harga paket hadiah” yaitu sebanyak 4,54 karena terbukti dari akun Instagram @ultra_mym, promosi penjualan yang disediakan banyak menawarkan harga paket membeli 3 susu Ultramilk untuk mendapatkan hadiah berupa *photocard* dan hadiah lainnya.

Lalu untuk data terendah pada X5 berada pada dimensi Kupon dengan pernyataan “Ultramilk pernah memberikan kupon waktu terbatas” sebesar 4,12. Karena tidak semua anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT pernah menerima kupon waktu terbatas dan tidak semua responden membeli produk Ultramilk hanya karena adanya kupon waktu terbatas.

2) Keputusan Pembelian anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT

Berdasarkan teori yang digunakan dan hasil dalam penelitian yang telah dibuktikan bahwa Keputusan Pembelian (Variabel Y) yang dilihat dari keseluruhan dimensi Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, dan Perilaku Setelah Pembelian Keputusan Pembelian (Y) menurut Kotler and Keller (2019:253). Pada dimensi Keputusan Pembelian dilihat cukup tinggi karena mayoritas responden menyatakan setuju pada sebagian besar pernyataan keputusan pembelian, dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 4,27.

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur variabel Y yaitu keputusan pembelian, pernyataan yang memiliki data tertinggi berada pada Y2 dimensi *problem recognition* dengan pernyataan “Saya menyadari bahwa Ultramilk sedang melakukan promosi dengan Stray Kids” yaitu sebanyak 4,51. Dikarenakan

mayoritas anggota komunitas SKZevent_JKT menyadari bahwa Ultramilk sedang melakukan promosi dengan *idol group* Stray kids.

Sedangkan nilai terendah pada Y5 dimensi *information search* dengan pernyataan “Saya mencari tahu informasi tentang produk Ultramilk secara eksternal melalui keluarga atau teman dekat” sebanyak 4,07. Pernyataan tersebut rendah karena tidak semua anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT mencari tahu tentang informasi produk Ultramilk melalui keluarga/teman, melainkan melalui media sosial dan internet.

3) Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ultramilk

Untuk membuktikan adanya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk Ultramilk maka dilakukan uji hipotesis. Terdapat pada analisis regresi linear sederhana yaitu uji t yang bertujuan untuk menguji signifikansi nilai koefisien regresi.

Kriteria 82 pengujian sebagai persyaratan hipotesis diterima adalah nilai t hitung harus lebih besar dari nilai t tabel. Berdasarkan hasil perhitungan dari penelitian ini adalah nilai t hitung $3,5742 > t$ tabel $0,361$. Karena t hitung lebih besar dari t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga terdapat pengaruh promosi penjualan Ultramilk terhadap keputusan pembelian anggota komunitas WhatsApp SKZevent_JKT. Besarnya pengaruh Keputusan Pembelian yang disebabkan oleh Promosi Penjualan adalah sebesar 38,4%, sementara sisanya 61,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Artinya hubungan atau korelasi antara variabel promosi penjualan berpengaruh rendah atau lemah terhadap keputusan pembelian.