

**PENGARUH KEMASAN KOSMETIK VISUAL, VERBAL, DAN
MANFAAT KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN WANITA
(Studi Pada Merek Kosmetik Emina)**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Maria Tessya Lerry Vernanda

NPM: 16 03 22683

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA,

Juni 2020

Skripsi

**PENGARUH KEMASAN KOSMETIK VISUAL, VERBAL, DAN
MANFAAT KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN WANITA
(Studi Pada Merek Kosmetik Emina)**



Disusun Oleh:

MARIA TESSYA LERRY VERNANDA

NPM: 16 03 22683

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Nadia Nila Sari, SE., MBA.

15 Juni 2020



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 441/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Jumat, 3 Juli 2020 dengan susunan penguji sebagai berikut:

- | | |
|--|---------------|
| 1. Mahestu N. Krisjanti, M.Sc.IB., Ph.D. | Ketua Penguji |
| 2. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA | Anggota |
| 3. Nadia Nila Sari, SE., MBA | Anggota |

Tim Penguji Pendadaran Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta telah memutuskan bahwa:

Nama : Maria Tessya Lerry Vernanda
NPM : 160322683

Dinyatakan

Lulus Tanpa Revisi

Surat Keterangan ini dibuat agar dapat digunakan untuk keperluan Yudisium kelulusan Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika UAJY.

Dekan,

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KEMASAN KOSMETIK VISUAL, VERBAL, DAN
MANFAAT KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN WANITA
(Studi Pada Merek Kosmetik Emina)**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik secara langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 Juni 2020

Yang menyatakan



Maria Tessya Lerry Vernanda

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria atas berkat, rahmat, penyertaan, kasih setia-Nya yang telah diberikan kepada penulis selama menjalankan pengerjaan skripsi tugas akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul PENGARUH KEMASAN KOSMETIK VISUAL, VERBAL, DAN MANFAAT KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN WANITA (Studi Pada Merek Kosmetik Emina).

Pada kesempatan ini, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih kepada semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu penulis dalam memberikan ide, gagasan, doa, dorongan, serta semangat kepada penulis sehingga sampai pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisannya dengan lancar dalam tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan segala terimakasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus. Terima kasih atas segala penyertaan, berkat, kebaikan serta kasih-Mu, akhirnya Tessya mampu menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktu seperti yang sudah Tuhan Yesus Rencanakan.
2. Papi dan Mami. Terimakasih sudah menjadi penguat, memberikan semangat, dorongan, kerja keras, memberikan segala kebutuhan yang sudah Papi dan Mami lakukan hingga saat ini. Terimakasih atas segala doa yang dipanjatkan oleh Papi dan Mami disetiap harinya untuk Tessya. Semoga segala pencapaian Tessya pada saat ini membuat Papi

dan Mami bangga. Semoga Papi dan Mami diberikan kelancaran dalam hidup dan rejekinya. Tuhan selalu memberkati Papi dan Mami.

3. Ibu Nadia Nila Sari, SE., MBA selaku dosen pembimbing. Terima kasih Ibu Nadia atas segala bimbingan Ibu dari bimbingan *offline* hingga bimbingan *daring*. Terima kasih segala arahan, ide dan masukannya serta yang berperan penting dalam proses pengerjaan skripsi dari awal hingga akhir skripsi ini selesai. Terima Kasih Bu, untuk segala waktu yang sudah Ibu Nadia berikan, Sukses selalu Bu. Tuhan Yesus memberkati Ibu Nadia dan Keluarga.
4. Cicik Yuli, Alm. Ooh Febri, Cicik Tya. Terima kasih sudah memberikan doa, menjadi kakak sekaligus sahabat yang terbaik, menjadi pendengar dan memberikan segala masukan yang terbaik yang sudah cicik berikan untuk adikmu ini. Semoga segala pencapaian Tessya selama ini membuat cicik Yuli dan cicik Tya bangga dan selalu menjadi pendengar terbaik buat Tessya. Untuk Alm. Ooh Febri terimakasih sudah menjadi penguat dan kakak yang terbaik selama ini buat Tessya. Semoga Tessya bisa buat Oh Febri bangga disurga.
5. James. Terima kasih sayang sudah menjadi penghibur Iie dikala Iie sedang susah, sedih, dan bekerja keras mengerjakan tugas akhir, canda dan tawamu memberikan kegembiraan buat Iie. Semoga selalu menjadi penghibur iie kapan dan dimanapun.
6. Mpek Sendy, Emak Yuyung, Alm. Engkong Yuyung, Mak Gunawan, Engkong Gunawan. Terimakasih untuk segala doa dan membantu

Tessya dalam segala hal yang Tessya butuhkan. Semoga Mpek sendy, Emak Yuyung, Emak Gunawan dan Engkong Gunawan sehat selalu ya dan dalam lindungan Tuhan. Untuk Alm. Engkong Yuyung, terimakasih kasih untuk segala kasih sayangmu selama engkong hidup dan menguatkan Tessya. Semoga Tessya bisa buat engkong tersenyum dan bangga di surga.

7. Para Dosen, staf, karyawan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Terimakasih Bapak, Ibu sudah memberikan segala ilmu, dukungan, dan pelayanan yang terbaik sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan lancar.
8. Seluruh responden penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih sudah bersedia dan memberikan sedikit waktu luangnya untuk mengisi kuesioner tugas akhir penulis. Semoga Tuhan membalas kebaikan kalian.
9. Kak Alexander Avin dan Kak Tyas (Mak). Terimakasih kakak tutorku yang selama pengerjaan skripsi sudah mau direpotkan dan mau membantu Tessya dalam pengerjaan skripsi ini. Semoga kalian sukses selalu, dan diberikan kelancaran dalam pekerjaan dan rejekinya. Tuhan memberkati selalu kakak tutorku.
10. Untuk Laras, Rikma, Angel, Ria, Vattaya, Katrin, Shenia, Kevin, Agatha, Friska, Ursula, Lelly, Agatha Dea, Cicik Nanda. Terima kasih

banyak atas segala bantuan, saran, canda, tawa, waktu, dukungan, dorongan, dan semangat kepada penulis sampai saat ini.

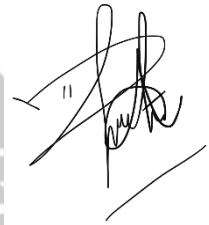
11. PIPH 2016 HMPSM Andro, Maria, Tephenn, Ezra, Erin, Addo, Brenda, Raymond. Terima kasih atas segala canda, tawa, tangis, amarah, waktu, bantuan, *support*, dan segala cerita. Terima kasih sudah bisa mengenal kalian lebih dekat, semoga sukses dan lancar selalu skripsi dan kehidupan kalian.
12. Vianney, Sthevani, dan Dinda. Terima kasih atas segala bantuannya untuk menyebar kuesioner penulis di *group* HMPSM semua angkatan dan *group* lainnya. Semoga kebaikan kalian dibalas oleh Tuhan, dan semangat terus ya kuliahnya. Semoga kehidupan kalian selalu lancar. Tuhan memberkati.
13. Untuk HMPSM dan divisi DKV HMPSM. Terima kasih atas suka, duka, canda dan tawa kalian dengan penulis, terimakasih banyak! *See you on top, guys. God bless you.*
14. Untuk kelompok 89 Dlingseng, KKN 76. Kintan, Thalia, Fynda, Andrew, Dian, Yoseph, Wikan. Terima kasih sudah mengisi cerita hidup saya atas canda, tawa, suka, duka yang sudah kita lewati bersama. Semoga lancar skripsinya dan sukses selalu ya kalian. Tuhan memberkati.

Semoga Tuhan membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari bahwa penulisan pada skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan memiliki

banyak kekurangan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak lain yang membaca dan yang bersangkutan.

Yogyakarta, 15 Juni 2020

Penulis



Maria Tessya Lerry Vernanda



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Dan apa saja yang kamu minta dalam doa dengan penuh kepercayaan, kamu akan menerimanya.”

Matius 21:22

“Your work is going to fill a large part of your life, and the only way to be truly satisfied is to do what you believe is great work. And the only way to do great work is to love what you do. If you haven’t found it yet, keep looking. Don’t settle. As with all matters of the heart, you’ll know when you find it.”

-Steve Jobs-

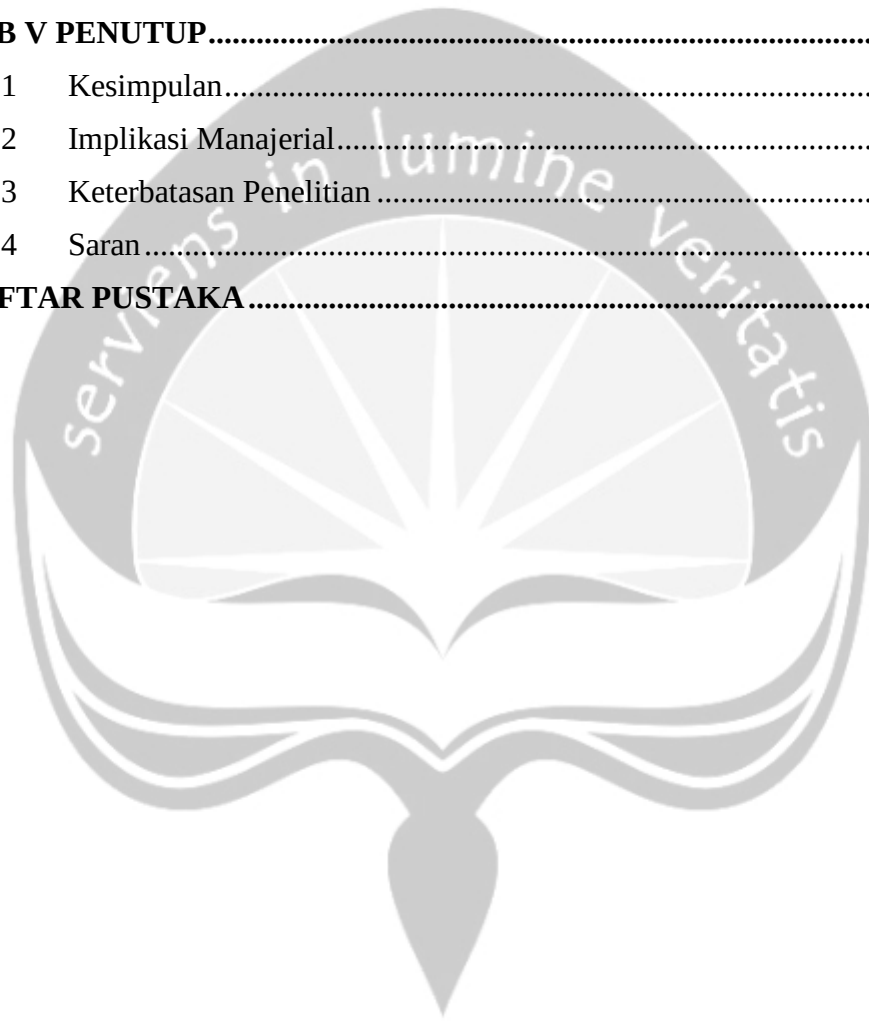
Skripsi ini saya persembahkan untuk:
Tuhan Yesus dan Bunda Maria sumber kehidupanku
Orang tua dan kakak-kakakku tercinta, dan
Semua orang yang terkasih.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN (SURAT KETERANGAN DEKAN)	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
HALAMAN INTISARI	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Batasan Masalah	14
1.5. Manfaat Penelitian	15
1.6. Sistematika Penulisan	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1. Landasan Teori	18
2.1.1. Keputusan Pembelian	18
2.1.2. Definisi Produk.....	21
2.1.3. Definisi Kemasan	23
2.1.4. Definisi <i>Labeling</i>	24
2.1.5. Definisi Desain Kemasan <i>Visual</i> dan <i>Verbal</i>	25
2.1.6. Definisi Manfaat Kemasan	32
2.2. Penelitian Terdahulu	36
2.3. Pengembangan Hipotesis.....	41
2.3.1. Pengaruh Desain Kemasan <i>Visual</i> terhadap Keputusan Pembelian ...	41

2.3.2. Pengaruh Desain Kemasan <i>Verbal</i> terhadap Keputusan Pembelian...	42
2.3.3. Pengaruh Manfaat Kemasan terhadap Keputusan Pembelian	43
2.4. Kerangka Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1. Bentuk Penelitian.....	45
3.1.1. Lokasi Penelitian	45
3.1.2. Subjek Penelitian.....	46
3.1.3. Objek Penelitian	46
3.2. Populasi dan Sampel Penelitian.....	47
3.2.1. Populasi	47
3.2.2. Sampel.....	47
3.2.3. Ukuran Sampel	48
3.3. Jenis dan Sumber Data	49
3.4. Definisi Operasional.....	49
3.5. Metode Pengukuran Data	53
3.6. Metode Pengujian Instrumen.....	54
3.6.1. Uji Validitas (Analisis Faktor).....	54
3.6.2. Uji Reliabilitas	57
3.7. Metode Analisis Data.....	58
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	58
3.7.2. Pengujian Hipotesis	59
3.7.2. Regresi Linear Berganda	59
3.7.2.2. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F).....	60
3.7.2.3. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	61
3.7.2.4. Uji Beda <i>Analysis of Variance</i> (ANOVA)	62
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	64
4.1. Analisis Statistik Deskriptif Responden.....	64
4.3. Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	67
4.3. Pengujian Hipotesis	72
4.3.1. Uji F.....	73
4.3.2. Uji T.....	73
4.4. Uji Beda (ANOVA).....	76

4.4. Pembahasan	80
4.4.5. Pengaruh Desain Kemasan Visual terhadap Keputusan Pembelian.....	81
4.4.2. Pengaruh Desain Kemasan Verbal terhadap Keputusan Pembelian	82
4.4.5. Pengaruh Desain Manfaat Kemasan terhadap Keputusan Pembelian..	83
4.4.5. Uji Perbedaan ANOVA Dilihat Dari Usia	86
4.4.5. Uji Perbedaan ANOVA Dilihat Dari Pendapatan Perbulan	86
BAB V PENUTUP	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Implikasi Manajerial.....	90
5.3 Keterbatasan Penelitian	93
5.4 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

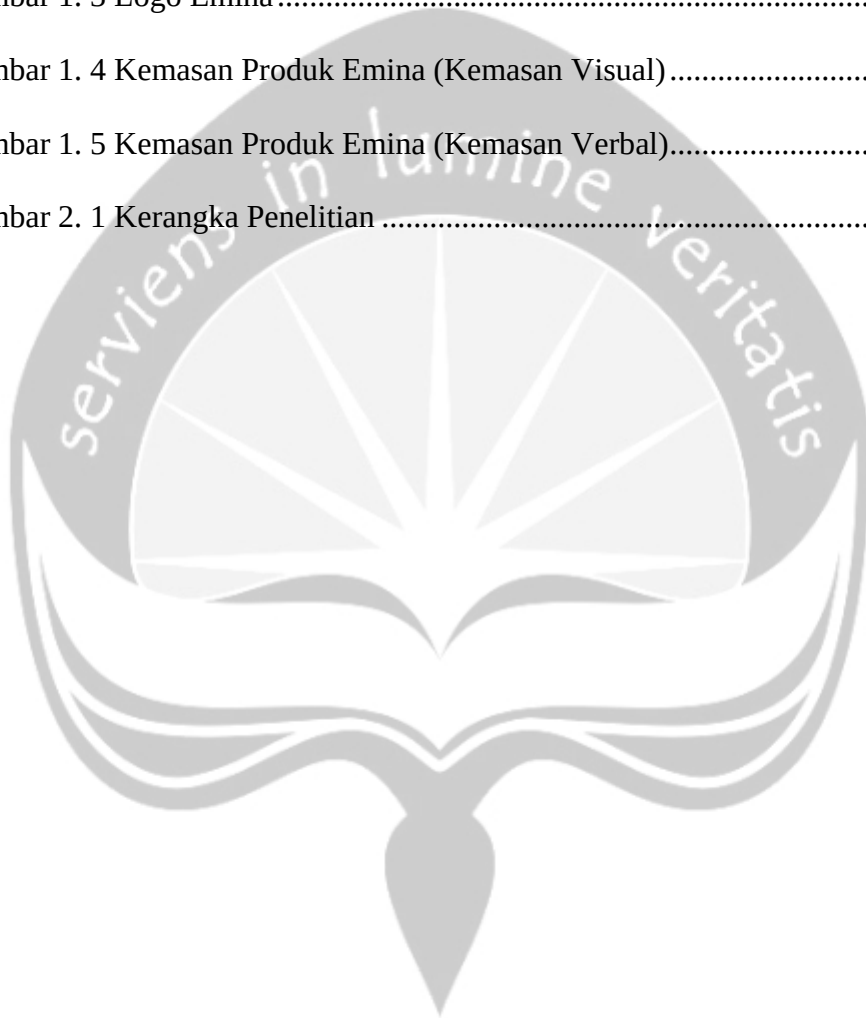


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik Di Indonesia Tahun 2010 - 2015.....	3
Tabel 1. 2 Merek Kosmetik Lokal Yang Sering Digunakan.....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	49
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	58
Tabel 4. 1 Karakteristik Demografi Responden.....	68
Tabel 4. 2 Pembagian Kelas Interval	688
Tabel 4. 3 Hasil Uji Statistik Deskriptif Desain Kemasan Visual	688
Tabel 4. 4 Hasil Uji Statistik Deskriptif Desain Kemasan Verbal.....	69
Tabel 4. 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif Manfaat Kemasan.....	70
Tabel 4. 6 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian.....	71
Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4. 8 Hasil Uji Perbedaan ANOVA Dilihat Dari Usia	76
Tabel 4. 9 Hasil Uji Perbedaan ANOVA Dilihat Dari Pendapatan Perbulan	78
Tabel 4. 10 Hasil Hipotesis Desain Kemasan Visual, Desain Kemasan Verbal, Manfaat Kemasan terhadap Keputusan Pembelian.....	85

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Penjualan Kosmetik di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Logo Emina	7
Gambar 1. 4 Kemasan Produk Emina (Kemasan Visual).....	9
Gambar 1. 5 Kemasan Produk Emina (Kemasan Verbal).....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Kuesioner Penelitian	99
Lampiran II. Penelitian Terdahulu	106
Lampiran III. Uji Validitas	111
Lampiran IV. Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran V. Analisis Deskriptif Responden	119
Lampiran VI. Analisis Deskriptif Variabel.....	121
Lampiran VII. Analisis Rergresi Linear Berganda	124
Lampiran VIII. Analisis Uji Perbedaan Anova.....	126
Lampiran XI. Data Jawaban Responden.....	136

**PENGARUH KEMASAN KOSMETIK VISUAL, VERBAL, DAN
MANFAAT KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
KONSUMEN WANITA
(Studi Pada Merek Kosmetik Emina)**

**Disusun Oleh:
Maria Tessya Lerry Vernanda
NPM: 16 03 22683**

**Pembimbing
Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar efek kemasan produk kosmetik terhadap keputusan pembelian pada produk kemasan kosmetik Emina. Variabel pada penelitian ini meliputi desain kemasan *visual*, desain kemasan *verbal*, manfaat kemasan dan keputusan pembelian. Metode pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dan memperoleh hasil 159 responden wanita. Kuesioner pada penelitian ini disebar menggunakan kuesioner online yaitu, *google form*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*Multipel Regression Analysis*) dengan program SPSS Statistic 22.0.

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yaitu, desain kemasan *visual*, desain kemasan *verbal*, manfaat kemasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Desain Kemasan *Visual*, Desain Kemasan *Verbal*, Manfaat Kemasan, Keputusan Pembelian.