

**PENGARUH ELEMEN VISUAL DAN MATERIAL KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN SUSU UHT ULTRA MILK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan mencapai Derajat Sarjana
Manajemen (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:
Ariel Noah Santoso
NPM: 220327038**

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2026

Skripsi
PENGARUH ELEMEN VISUAL DAN MATERIAL KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN SUSU UHT ULTRA MILK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN



Pembimbing

Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

13 Mei 2026

Skripsi
**PENGARUH ELEMEN VISUAL DAN MATERIAL KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN SUSU UHT ULTRA MILK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ariel Noah Santoso
NPM: 220327038

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Juni 2026
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji



Raden Agoeng Bhimasta, S.Kom., MM.



Api Adyantari, S.A., M.B.A.

Yogyakarta, 19 Juni 2026
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Wenefrida Mahestu Novindra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

Pengaruh Elemen Visual dan Material Kemasan Ramah Lingkungan Susu UHT Ultra Milk Terhadap Niat Beli Konsumen

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Segala pernyataan, ide, maupun kutipan, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain telah saya cantumkan secara tertulis di dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiarisme dalam penulisan skripsi ini, maka saya bersedia gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal, serta bersedia mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 13 Mei 2026

Yang menyatakan



Ariel Noah Santoso

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya yang luar biasa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Elemen Visual Dan Material Kemasan Ramah Lingkungan Susu UHT Ultra Milk Terhadap Niat Beli Konsumen”** dengan baik dan tepat waktu. Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh hormat dan ketulusan, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kasih karunia, dan penyertaan-Nya selama proses penyusunan skripsi.
2. Ibu Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberi arahan, bimbingan, saran, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi dari awal hingga selesai.
3. Orang tua dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan dukungan moral maupun material yang tidak ternilai kepada penulis.
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah mendidik dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
5. Teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi yang telah memberikan dukungan semangat, dan bantuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga data penelitian ini dapat terkumpul dengan baik.
7. Seluruh pihak lain yang tidak dapat disebutkan penulis satu per satu yang telah memberikan bantuan dan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh sebab itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang bersifat membangun guna menyempurnakan penelitian ini pada masa mendatang. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya di bidang pemasaran, dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 13 Mei 2026

Yang menyatakan



Ariel Noah Santoso

DAFTAR ISI

BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II.....	10
2.1 Kemasan Sebagai Alat Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2 Elemen Visual dan Informasional Kemasan	11
2.3 Warna Kemasan	12
2.4 Desain Kemasan	14
2.5 Informasi Tercetak Pada Kemasan.....	15
2.6 Material Kemasan Ramah Lingkungan	16
2.6.1 Definisi dan Fungsi Material Kemasan	17
2.6.2 Kemasan Ramah Lingkungan.....	17
2.7 Gaya Huruf Pada Kemasan	19
2.8 Niat Beli Konsumen	20
2.9 Penelitian Terdahulu.....	22
2.10 Pengembangan Hipotesis	28
2.10.1 Pengaruh Warna Kemasan Terhadap Niat Beli Konsumen.....	28
2.10.2 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Niat Beli Konsumen	29
2.10.3 Pengaruh Informasi Tercetak Pada Kemasan Terhadap Niat Beli Konsumen.....	30
2.10.4 Pengaruh Material Kemasan Ramah Lingkungan Terhadap Niat Beli Konsumen	31
2.10.5 Pengaruh Gaya Huruf Pada Kemasan Terhadap Niat Beli Konsumen.....	32
2.11 Kerangka Penelitian	33

BAB III	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Objek, Subjek, dan Tempat Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Metode Pengumpulan Data	37
3.5 Definisi Operasional	38
3.6 Pengukuran Data	42
3.7 Metode Analisis Data	43
3.7.1 Statistik Deskriptif	43
3.7.2 Mean dan Nilai Interval	44
3.8 Pengujian Instrumen	45
3.8.1 Uji Hipotesis	45
3.8.2 <i>Structural Equation Model</i>	45
3.9 <i>Face Validity</i>	47
3.10 Alat Analisis	51
3.10.1 SmartPLS	51
3.10.2 <i>Outer Model</i>	52
3.10.3 <i>Inner Model</i>	54
BAB IV	57
4.1 Prosedur Pengumpulan Data	57
4.2 Pilot Test	57
4.2.1 Hasil Uji Validitas Konvergen	58
4.2.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan	59
4.2.3 Reliabilitas	60
4.3 Filter Responden	61
4.4 Demografi Responden	61
4.5 Analisis Deskriptif	64
4.5.1 Analisis Deskriptif Variabel Warna Kemasan	65
4.5.2 Analisis Deskriptif Variabel Desain Kemasan	66
4.5.3 Analisis Deskriptif Variabel Informasi Tercetak Pada Kemasan	67
4.5.4 Analisis Deskriptif Variabel Material Kemasan Ramah Lingkungan ..	68

4.5.5 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Huruf Pada Kemasan.....	69
4.5.6 Analisis Deskriptif Niat Beli Konsumen	70
4.6 Analisis Data	71
4.6.1 Analisis <i>Structural Equation Modeling – Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	71
4.6.2 Pengujian <i>Outer Model</i>	72
4.6.2.1 Uji Validitas Konvergen	73
4.6.2.2 Uji Validitas Diskriminan	74
4.6.2.3 Uji Multikolinearitas	76
4.6.2.4 Uji Reliabilitas	77
4.6.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	78
4.6.3.1 <i>R Square</i>	78
4.6.3.2 <i>Q Square</i>	79
4.6.3.3 <i>F Square</i>	79
4.7 Uji Hipotesis.....	80
4.8 Pembahasan	84
4.8.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan dan Usia.....	84
4.8.2 Pengaruh Warna Kemasan (PC) Terhadap Niat Beli Konsumen (CPI)	85
4.8.3 Pengaruh Desain Kemasan (PD) Terhadap Niat Beli Konsumen (CPI)	86
4.8.4 Pengaruh Informasi Tercetak Pada Kemasan (PPI) Terhadap Niat Beli Konsumen (CPI)	87
4.8.5 Pengaruh Material Kemasan Ramah Lingkungan (PM) Terhadap Niat Beli Konsumen (CPI).....	88
4.8.6 Gaya Huruf Pada Kemasan (PFS) terhadap Niat Beli Konsumen (CPI)	89
4.9 Rangkuman Hasil Penelitian	90
BAB V.....	92
5.1 Kesimpulan.....	92
5.2 Implikasi Manajerial.....	94

5.3 Keterbatasan Penelitian	96
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	33
Gambar 4.1 Model <i>Structural Equation Modeling</i>	71
Gambar 4.2 Model <i>Structural PLS Algorithm</i>	72
Gambar 4.3 Model <i>Structural Bootstrapping</i>	80

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional	38
Tabel 3.2 Rentang Interval Skala Likert	42
Tabel 3.3 Perhitungan Kelas Interval.....	44
Tabel 3.4 <i>Face Validity</i>	47
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Diskriminan (n = 30).....	59
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas (n = 30).....	60
Tabel 4.4 Demografi Responden.....	62
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Warna Kemasan.....	65
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Desain Kemasan	66
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Informasi Tercetak Pada Kemasan	67
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Material Kemasan.....	68
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Gaya Huruf Pada Kemasan	69
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Niat Beli Konsumen	70
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer Loadings</i> (n=230)	73
Tabel 4.12 Nilai <i>Average Extracted</i> (AVE).....	74
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	75
Tabel 4.14 <i>Variance Inflation Factor</i> (Outer VIF)	76
Tabel 4.15 <i>Construct Reliability and Validity</i> (AVE,CR, <i>Cronbach's Alpha</i>).....	77
Tabel 4.16 Nilai <i>R Square</i> & Nilai <i>R Square Adjusted</i>	78
Tabel 4.17 <i>Q Square</i>	79
Tabel 4.18 <i>F square</i>	79
Tabel 4.19 Hasil <i>Path Coefficients</i> dan Uji Hipotesis.....	81

**PENGARUH ELEMEN VISUAL DAN MATERIAL KEMASAN RAMAH
LINGKUNGAN SUSU UHT ULTRA MILK TERHADAP NIAT BELI
KONSUMEN**

**Disusun oleh :
Ariel Noah Santoso
NPM : 220327038**

**Pembimbing
Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh elemen visual kemasan, yang meliputi warna kemasan, desain kemasan, informasi tercetak pada kemasan, dan gaya huruf pada kemasan, serta material kemasan ramah lingkungan terhadap niat beli konsumen susu UHT Ultra Milk di Indonesia. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen di Indonesia yang membeli dan mengenal produk susu UHT Ultra Milk yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling–Partial Least Squares* (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang tinggi. Warna kemasan terbukti sebagai faktor paling kuat dalam memengaruhi niat beli konsumen, diikuti oleh gaya huruf pada kemasan. Material kemasan ramah lingkungan berpengaruh positif meskipun relatif lemah, desain kemasan berpengaruh negatif sedangkan informasi tercetak pada kemasan tidak berpengaruh signifikan.

Kata Kunci: kemasan produk, elemen visual kemasan, material kemasan ramah lingkungan, niat beli konsumen, susu UHT Ultra Milk.