

ABSTRACT

Packaging design is interesting to study because unique packaging design can encourage consumer purchases and increase sales for the company. This study aims to examine and analyze the effect of packaging design on impulse purchases. These results indicate that there are significant packaging design on impulse purchases. It is expected that this study is able to provide input for the company in terms of creating a unique product packaging design that can create impulse purchases that can increase sales for the company.

Keywords: consumer behavior and consumer purchasing decisions, impulsive purchasing, packaging design,

ABSTRAK

Desain kemasan menarik untuk diteliti karena desain kemasan yang unik dapat mendorong terjadinya pembelian konsumen dan meningkatkan penjualan bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *desain kemasan* pada *pembelian impulsif*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain kemasan pada pembelian impulsif. Diharapkan penelitian ini mampu memberikan masukan bagi perusahaan dalam hal menciptakan desain kemasan produk yang unik sehingga dapat menciptakan *pembelian impulsif* yang dapat meningkatkan penjualan bagi perusahaan.

Kata Kunci: perilaku konsumen dan keputusan pembelian konsumen, pembelian impulsif, desain kemasan,

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN LAPORAN PENELITIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	14
2.1 Pemasaran.....	14
2.2 Bauran Pemasaran.....	14
2.3 Produk.....	16
2.4 Desain Kemasan.....	17

2.5 Desain Grafis.....	28
2.5.1 Nama Merek.....	28
2.5.2 Warna.....	31
2.5.3 Tipografi.....	36
2.5.4 Gambar.....	37
2.6 Struktur Desain.....	38
2.6.1 Bentuk.....	38
2.6.2 Ukuran.....	40
2.6.3 Bahan.....	40
2.7 Informasi Produk.....	41
2.8 Perilaku Konsumen.....	41
2.9 Perilaku Pembelian.....	42
2.10 Pembelian Impuls.....	45
2.10.1 Tipe Pembelian Impuls.....	56
2.10.2 Perspektif Dalam Pembelian Impuls.....	58
2.10.3 Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Impuls.....	59
2.11 Rerangka Teoritis.....	65
2.12 Kerangka Pemikiran.....	66
2.13 Pengembangan Hipotesis.....	67
2.14 Model Penelitian.....	67
2.15 Riset Empiris.....	68
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	80
3.1 Jenis Penelitian.....	80
3.2 Populasi dan Sampel.....	81

3.3 Metode Pengambilan Sampel dan Ukuran Sampel.....	82
3.4 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	86
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	92
3.6 Uji Validitas dan Hasil Pengujian Validitas.....	94
3.7 Uji Reliabilitas dan Hasil Pengujian Reliabilitas.....	98
3.8 Uji Normalitas dan Hasil Pengujian Normalitas.....	100
3.9 Uji Heterokedastisitas dan Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	102
3.10 Metode Analisis Data.....	103
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	105
4.1 Profil Responden.....	105
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	105
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	106
4.1.3 Karakteristik Responden Kriteria Pembelian.....	108
4.2 Data Tabulasi.....	109
4.2.1 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 1.....	109
4.2.2 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 2.....	110
4.2.3 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 3.....	111
4.2.4 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 4.....	112
4.2.5 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 5.....	113
4.2.6 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 6.....	114
4.2.7 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 7.....	115
4.2.8 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 8.....	117
4.2.9 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 9.....	117
4.2.10 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 10.....	119

4.2.11 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 11.....	120
4.2.12 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 12.....	121
4.2.13 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 13.....	122
4.2.14 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 14.....	123
4.2.15 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 15.....	124
4.2.16 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 16.....	125
4.2.17 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 17.....	126
4.2.18 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 18.....	127
4.2.19 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 19.....	128
4.2.20 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 20.....	129
4.2.21 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 21.....	130
4.2.22 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 22.....	131
4.2.23 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 23.....	132
4.2.24 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 24.....	133
4.2.25 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 25.....	134
4.2.26 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 26.....	135
4.2.27 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 27.....	136
4.2.28 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 28.....	137
4.2.29 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 29.....	138
4.2.30 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 30.....	139
4.2.31 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 31.....	140
4.2.32 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 32.....	141
4.2.33 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 33.....	142
4.2.34 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 34.....	144

4.2.35 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 35.....	145
4.2.36 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 36.....	146
4.2.37 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 37.....	147
4.2.38 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 38.....	148
4.2.39 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 39.....	149
4.2.40 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 40.....	150
4.2.41 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 41.....	151
4.2.42 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 42.....	152
4.2.43 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 43.....	153
4.2.44 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 44.....	154
4.2.45 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 45.....	155
4.3 Hasil Penelitian.....	157
4.3.1 Hipotesis 1: Terdapat Pengaruh Desain Kemasan Pada Pembelian Impulsif.....	157
4.3.2 Ringkasan Hasil Penelitian.....	162
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	163
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	167
5.1 Simpulan.....	167
5.2 Implikasi Manajerial.....	167
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	168
5.4 Saran.....	168
DAFTAR PUSTAKA.....	170

LAMPIRAN I

LAMPIRAN II

LAMPIRAN III

LAMPIRAN IV

LAMPIRAN V

LAMPIRAN VI

LAMPIRAN VII

LAMPIRAN VIII

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Rerangka Teoritis.....	66
Gambar 2.2 Rerangka Pemikiran.....	67
Gambar 2.3 Model Penelitian.....	68
Gambar 4.1 Ringkasan Hasil Penelitian.....	163

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Fungsi Merek Bagi Konsumen.....	31
Tabel 2.2 Riset Empiris.....	69
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel (DOV).....	87
Tabel 3.2 Skala Likert.....	95
Tabel 3.3 KMO dan Barlett's Test.....	97
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas.....	97
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	100
Tabel 3.6 Hasil Pengujian Normalitas.....	102
Tabel 3.7 Hasil Pengujian Heterokedastisitas.....	104
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	106
Tabel 4.2 Usia.....	108
Tabel 4.3 Kriteria.....	109
Tabel 4.4 Frekuensi Pertanyaan Nomor 1.....	110
Tabel 4.5 Frekuensi Pertanyaan Nomor 2.....	111
Tabel 4.6 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 3.....	112
Tabel 4.7 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 4.....	113
Tabel 4.8 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 5.....	114
Tabel 4.9 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 6.....	115
Tabel 4.10 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 7.....	116
Tabel 4.11 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 8.....	118
Tabel 4.12 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 9.....	118
Tabel 4.13 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 10.....	120

Tabel 4.14 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 11.....	121
Tabel 4.15 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 12.....	122
Tabel 4.16 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 13.....	123
Tabel 4.17 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 14.....	124
Tabel 4.18 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 15.....	125
Tabel 4.19 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 16.....	126
Tabel 4.20 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 17.....	127
Tabel 4.21 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 18.....	128
Tabel 4.22 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 19.....	129
Tabel 4.23 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 20.....	130
Tabel 4.24 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 21.....	131
Tabel 4.25 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 22.....	132
Tabel 4.26 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 23.....	133
Tabel 4.27 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 24.....	134
Tabel 4.28 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 25.....	135
Tabel 4.29 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 26.....	136
Tabel 4.30 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 27.....	137
Tabel 4.31 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 28.....	138
Tabel 4.32 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 29.....	139
Tabel 4.33 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 30.....	140
Tabel 4.34 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 31.....	141
Tabel 4.35 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 32.....	142
Tabel 4.36 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 33.....	143
Tabel 4.37 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 34.....	145

Tabel 4.38 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 35.....	146
Tabel 4.39 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 36.....	147
Tabel 4.40 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 37.....	148
Tabel 4.41 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 38.....	149
Tabel 4.42 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 39.....	150
Tabel 4.43 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 40.....	151
Tabel 4.44 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 41.....	152
Tabel 4.45 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 42.....	153
Tabel 4.46 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 43.....	154
Tabel 4.47 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 44.....	155
Tabel 4.48 Frekuensi Pertanyaan Kuesioner Nomor 45.....	156
Tabel 4.49 Coefficient.....	159
Tabel 4.50 Anova.....	161
Tabel 4.51 Hasil Uji Hipotesis.....	162
Tabel 4.52 Model Summary.....	163
Tabel 4.53 Ringkasan Hasil Penelitian.....	163