

**ANALISIS STIMULUS DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN METODE *EYE*
TRACKING DAN EKSPRESI WAJAH
SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Tugas Akhir

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh:

GABRIELA IVANA PUTRI KUSUMA

NPM: 170323333

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

2021

SKRIPSI

ANALISIS STIMULUS DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN METODE *EYE TRACKING* DAN EKSPRESI WAJAH



Disusun Oleh:

Gabriela Ivana Putri Kusuma

NPM: 170323333

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

Dr. J. Ellyawati, MM.

Skripsi

ANALISIS STIMULUS DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN METODE *EYE TRACKING* DAN EKSPRESI WAJAH

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Gabriela Ivana Putri Kusuma

NPM: 170323333

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk menerima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji

**Yogyakarta,
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

SURAT KETERANGAN

No. 851/J/I

Berdasarkan dari Ujian Pendadaran yang diselenggarakan pada hari Selasa, 3 Agustus 2021 dengan susunan pengujian sebagai berikut:

- | | |
|---------------------------------------|-----------------|
| 1. Dr. J. Ellyawati, MM. | (Ketua Penguji) |
| 2. Dr. C. Handoyo Wibisono, MM., CSA. | (Anggota) |
| 3. Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. | (Anggota) |

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

Nama : Gabriela Ivana P.K

NPM : 170323333

Dinyatakan

Lulus Dengan Revisi

Pada saat ini skripsi Gabriela Ivana P.K telah selesai direvisi dan revisian tersebut telah diperiksa dan disetujui oleh semua anggota panitia penguji.

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.
Fakultas Bisnis dan Ekonomika

PERNYATAAN

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

ANALISIS STIMULUS DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN METODE *EYE TRACKING* DAN EKSPRESI WAJAH

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik 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 dikemudian 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,

Yang menyatakan

Gabriela Ivana Putri Kusuma

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Stimulus Desain Kemasan Menggunakan Metode *Eye Tracking* dan Ekspresi Wajah” dengan baik sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan penuh kerendahan hati, penulis ingin menghanturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah dan karunia-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Papi, Mami, Kak Astrid yang tidak pernah berhenti memberi dukungan dan semangat dari awal hingga selesainya skripsi ini.
3. Ibu Dr. J. Ellyawati, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan dan waktunya untuk membimbing penulis dalam proses penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Mas Gregorius Pito yang selalu mendukung dan memotivasi dari awal sampe terselesaikannya skripsi ini.
5. Untuk teman-teman seangkatan serta teman baik yaitu Hendra, Fang Fang, Noviyana, Anel dan Steven.
6. Seluruh sahabat di Jogja yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas kesetiaan dan pertolongannya.
7. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah menjadi wadah untuk menuntut ilmu selama kurang lebih empat tahun serta kota Yogyakarta yang selalu istimewa di hati.

Penulis dari lubuk hati yang terdalam mengucapkan terima kasih untuk pihak-pihak yang tersebut di atas serta pihak yang tidak dapat disebut satu persatu yang telah mendukung proses penulisan skripsi ini hingga selesai.

Penulis juga sadar akan banyaknya kekurangan yang terdapat dalam penelitian ini, oleh karena itu dengan kerendahan hati penulis memohon maaf apabila masih banyak kekurangan

dalam penulisan dan proses analisis data. Oleh karena kekurangan tersebut, penulis menerima kritikan dan saran demi kemajuan penelitian di masa depan khususnya dalam bidang *neuromarketing*. Terima kasih.



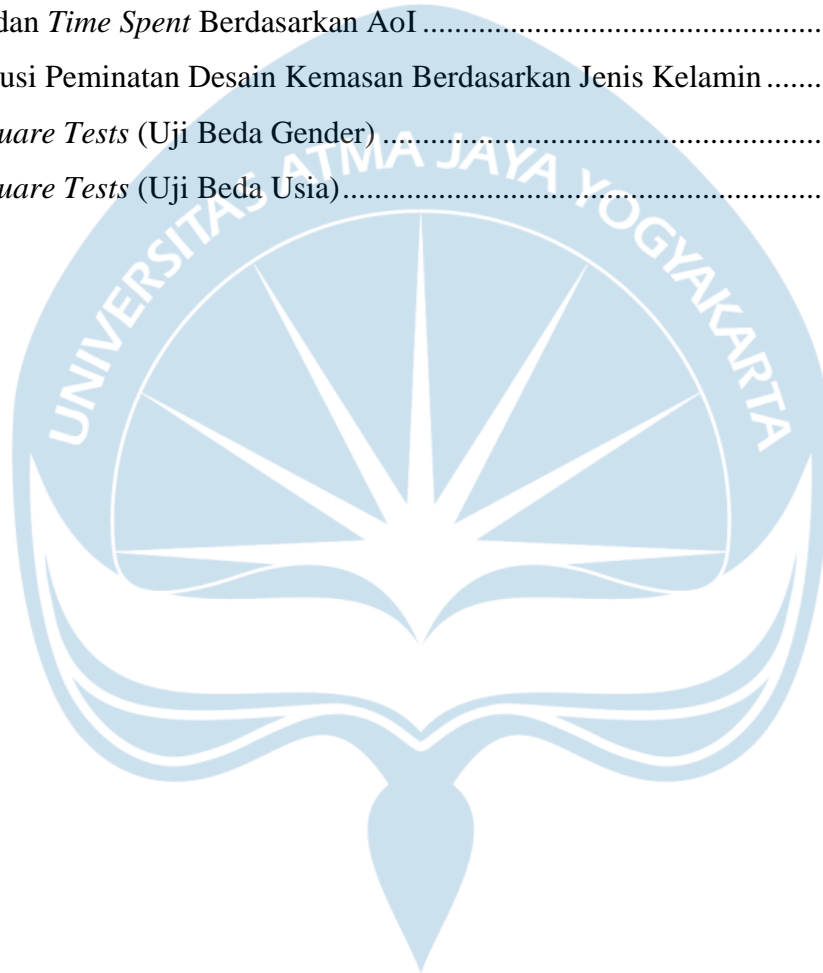
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
Abstrak.....	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Batasan Masalah.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Kemasan (Packaging)	6
2.1.2 Minat Beli	8
2.1.3 Neuromarketing	9
2.1.4 Ekspresi Wajah (Facial Expression).....	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Pengembangan Hipotesis	19
2.3.1 Perbedaan gender berdasarkan desain kemasan yang dipilih	19
2.3.2 Perbedaan usia berdasarkan desain kemasan yang dipilih.....	20
2.4 Model Penelitian	21
BAB III.....	22
3.1 Desain Penelitian.....	22
3.2 Data dan Sumber Data.....	22

3.3	Metode Pengambilan Sampel.....	23
3.4	Metode Pengumpulan Data	24
3.5	Definisi Operasional.....	24
3.6	Metode Analisis Data.....	26
3.6.1	Metode Eye Tracking.....	26
3.6.2	Uji Hipotesis	30
BAB IV		31
4.1	Analisis Karakteristik Demografi.....	31
4.1.1	Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.1.2	Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	32
4.1.3	Persentase Responden Berdasarkan Pembelian Produk Dan Kondisi Kesehatan Mata	32
4.2	Analisis Deskriptif Eksperimen	33
4.3	Uji hipotesis.....	37
4.4	Pembahasan.....	39
BAB V		41
5.1	Kesimpulan.....	41
5.2	Implikasi Manajerial	42
5.3	Saran dan Keterbatasan Penelitian	42
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN.....		48

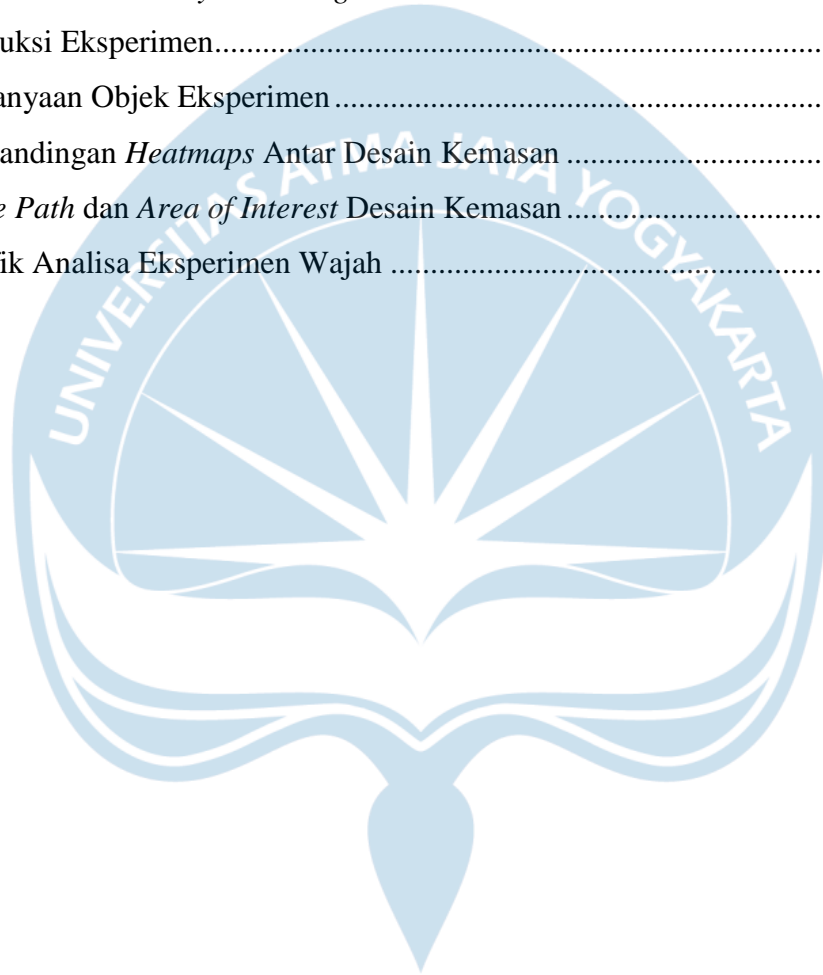
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. Definisi Operasional	24
Tabel 3. Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
Tabel 4. Persentase Responden Berdasarkan Usia	32
Tabel 5. Persentase Responden Berdasarkan Pembelian Produk dan Kondisi Kesehatan Mata ..	32
Tabel 6. TTFF dan <i>Time Spent</i> Berdasarkan AoI	34
Tabel 7. Distribusi Peminatan Desain Kemasan Berdasarkan Jenis Kelamin	35
Tabel 8. <i>Chi Square Tests</i> (Uji Beda Gender)	37
Tabel 9. <i>Chi Square Tests</i> (Uji Beda Usia)	37



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alat Ukur <i>Neuromarketing</i>	11
Gambar 2. Model Penelitian	21
Gambar 3. Tampilan Website <i>Eye Tracking</i>	27
Gambar 4. Kalibrasi Website <i>Eye Tracking</i>	28
Gambar 5. Instruksi Eksperimen.....	29
Gambar 6. Pertanyaan Objek Eksperimen.....	29
Gambar 7. Perbandingan <i>Heatmaps</i> Antar Desain Kemasan	33
Gambar 8. <i>Gaze Path</i> dan <i>Area of Interest</i> Desain Kemasan	33
Gambar 9. Grafik Analisa Eksperimen Wajah	36



ANALISIS STIMULUS DESAIN KEMASAN MENGGUNAKAN METODE *EYE TRACKING* DAN EKSPRESI WAJAH

Gabriela Ivana Putri Kusuma & Jeanne Ellyawati

Prodi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari no. 43 – 44, Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran *eye tracking* dan *facial expression* (ekspresi wajah) dalam menentukan pilihan kemasan, mengetahui perbedaan gender dan usia dalam menentukan kemasan yang dipilih, serta mengetahui kemasan mana yang akan dipilih berdasarkan desain kemasan. Objek pada penelitian ini adalah produk *snack bar* yang tidak beredar di Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli *snack bar*, berusia 20 – 50 tahun dan memiliki kondisi mata yang sehat. Responden yang terkumpul pada penelitian ini adalah sebesar 89 responden yang memenuhi kriteria. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dan pengumpulan data menggunakan metode eksperimen dan kuisioner. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif dan menggunakan alat analisis SPSS. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, terdapat peran *eye tracking* dalam menentukan pilihan kemasan yaitu memberikan jalur pandangan sesuai dengan elemen yang paling mencuri perhatian, dan tidak ditemukan adanya peran ekspresi wajah. Perbedaan gender dan perbedaan usia juga tidak ditemukan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *neuromarketing, eye tracking, facial expression, desain kemasan*