

**PENGARUH KEMASAN PRODUK MAKANAN DI
SUPERMARKET TERHADAP NIAT PEMBELIAN
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 Sharon Barus

NPM: 19 03 24789

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

2023

**PENGARUH KEMASAN PRODUK MAKANAN DI
SUPERMARKET TERHADAP NIAT PEMBELIAN
KONSUMEN**

Skripsi



**Disusun oleh:
ARIEL SHARON BARUS
NPM: 19 03 24789**

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Daniel Yudistya Wardhana".

Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

16 Juni 2023

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH KEMASAN PRODUK MAKANAN DI SUPERMARKET TERHADAP NIAT
PEMBELIAN KONSUMEN**
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ariel Sharon Barus
NPM: 19 03 24789


telah dipertahankan di depan panitia penguji
pada tanggal 13 Juli 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk mencapai Derajat Sarjana (S1) Program Studi Manajemen

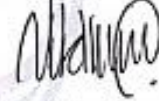
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


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

Anggota Panitia Penguji


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.


Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI.

Yogyakarta, 21 Juli 2023
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


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


FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

PERNYATAAN

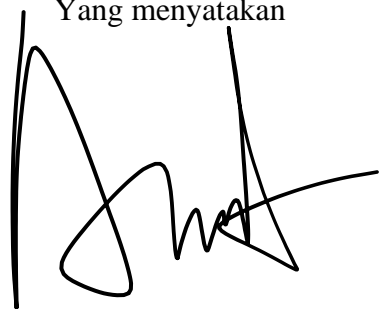
Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH KEMASAN PRODUK MAKANAN DI SUPERMARKET TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak 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, 16 Juni 2023

Yang menyatakan



Ariel Sharon Barus

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena rahmat, karunia, dan bantuannya telah menyertai penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Skripsi ini dibuat dan diajukan penulis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Judul yang penulis ajukan adalah “Pengaruh Kemasan Produk Makanan Di Supermarket Terhadap Niat Pembelian Konsumen”.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak terlepas oleh bantuan, bimbingan, serta dukungan dari banyak pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis dengan senang hati ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas semua rahmat, karunia, dan mukjizat-Nya yang telah diberikan kepada penulis sampai sekarang.
2. Bapak Daniel Yudistya Wardhana, S.E., MEI. sebagai dosen pembimbing dalam penulisan dan penyelesaian skripsi ini yang sudah sangat membantu dalam memberikan bantuan, petunjuk, dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Gelar sarjana ini juga didapat melalui dukungan dari kedua orang tua, kakak, dan adik penulis yang sangat mendukung dalam menyelesaikan studi di kampus secara moral maupun finansial.
4. Kepada bapak Dekan serta pengurus, Ketua Program Studi serta pengurus, seluruh karyawan, serta seluruh dosen kampus tercinta penulis yaitu

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta karena telah membagikan ilmu yang penting dan mulia dari semester satu hingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di kampus ini.

5. Terima kasih kepada *partner* penulis yaitu Happy Lidya telah memberi dukungan dan support hingga saat ini.
6. Kepada semua responden dalam penelitian ini yang sudah membantu dalam memberikan dukungan berupa data yang bisa diolah oleh penulis.
7. Kepada teman-teman di seluruh fakultas pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
8. Serta pihak-pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang sudah membantu, mendukung, dan telah mendoakan penulis.

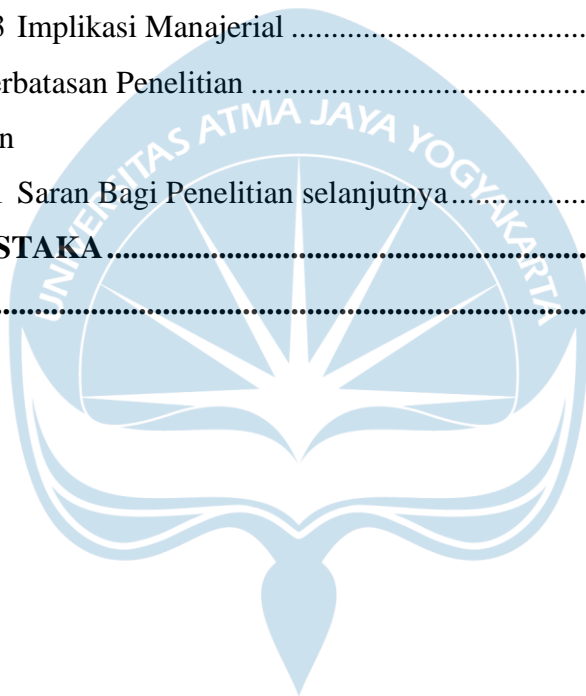
Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih sangat jauh dengan kata sempurna yang disebabkan oleh keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu besar harapan penulis agar mendapatkan saran dan kritik yang dapat membangun dan memperbaiki kedepannya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	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.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Tinjauan Pustaka	9
2.1.1 Kemasan Produk Makanan	9
2.1.2 Warna Kemasan Produk.....	10
2.1.3 Desain Kemasan Produk	12
2.1.4 Bahan Kemasan Produk	13
2.1.5 Informasi Cetak Kemasan Produk	14
2.1.6 Gaya Penulisan Huruf Produk.....	16
2.1.7 Niat Pembelian Konsumen.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	19
2.3 Kerangka Penelitian.....	20
2.4 Hipotesis	21
2.4.1 Warna kemasan dan Niat pembelian konsumen	21
2.4.2 Desain kemasan dan Niat pembelian konsumen	22

2.4.3 Bahan kemasan dan Niat pembelian konsumen.....	24
2.4.4 Informasi cetak pada kemasan dan Niat pembelian konsumen ...	25
2.4.5 Gaya penulisan huruf dan Niat pembelian konsumen.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Lingkup Penelitian.....	28
3.1.1 Jenis Penelitian.....	28
3.1.2 Populasi dan Sampel	28
3.2 Metode Pengumpulan Data	30
3.3 Metode Pengukuran Data	35
3.4 Metode Pengujian Instrumen.....	36
3.4.1 Uji Validitas	36
3.4.2 Uji Reliabilitas	37
3.5 Metode Analisis Data	38
3.5.1 Karakteristik Responden.....	39
3.5.2 Statistik Deskriptif	39
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHAN.....	44
4.1 Analisis Deskriptif Responden	44
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Apakah Dalam 1 Bulan Terakhir Pernah Membeli <i>Snack</i> , dan Pengeluaran Per Bulan Untuk Membeli Makanan Ringan	44
4.2 Uji Statistik Deskriptif.....	46
4.3 Pengujian Hipotesis	53
4.3.1 Analisis Regresi Berganda	53
4.4 Pembahasan Hipotesis	58
4.4.1 H1 : Variabel warna kemasan berpengaruh positif terhadap niat pembelian di supermarket	58
4.4.2 H2 : Variabel desain kemasan berpengaruh positif terhadap niat pembelian di supermarket	58
4.4.3 H3 : Variabel bahan kemasan berpengaruh positif terhadap niat pembelian di supermarket	59

4.4.4 H4 : Variabel informasi tercetak pada kemasan berpengaruh positif terhadap niat pembelian di supermarket	60
4.4.5 H5 : Variabel gaya penulisan huruf pada kemasan berpengaruh positif terhadap niat pembelian di supermarket	61
BAB V PENUTUP.....	62
5.1 Kesimpulan.....	62
5.1.1 Demografis Responden	62
5.1.2 Kesimpulan Analisis Regresi	63
5.1.3 Implikasi Manajerial	64
5.2 Keterbatasan Penelitian	69
5.3 Saran	
5.3.1 Saran Bagi Penelitian selanjutnya.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Warna Pada Kemasan.....	11
Gambar 2.2 Contoh Desain Pada Kemasan	13
Gambar 2.3 Contoh Bahan Pada Kemasan	14
Gambar 2.4 Contoh Informasi Tercetak Pada Kemasan.....	16
Gambar 2.5 Contoh <i>Font Styles</i> Pada Kemasan.....	17
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran Teoritis	21



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	19
Tabel 3.1 Definisi Variabel	31
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3.3 Uji Validitas	36
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	38
Tabel 3.5 Penilaian Kelas Interval	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Apakah Dalam 1 Bulan Terakhir Pernah Membeli <i>Snack</i> , dan Pengeluaran Per Bulan Untuk Membeli Makanan Ringan	44
Tabel 4.2 Hasil Uji Statistik Deskriptif Per Variabel	46
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Rata-Rata Setiap Item Per Variabel	48
Tabel 4.4 Hasil Analisis Regresi Berganda Kemasan Produk Makanan Dan Niat Pembelian Konsumen	54
Tabel 4.5 Tabel ANOVA	54
Tabel 4.6 Hasil Nilai Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	78
Lampiran 2. Data Responden.....	86
Lampiran 3. Hasil Olah Data	98



PENGARUH KEMASAN PRODUK MAKANAN DI SUPERMARKET TERHADAP NIAT PEMBELIAN KONSUMEN

**Disusun oleh:
Ariel Sharon Barus
NPM: 19 03 24789**

**Pembimbing:
Daniel Yudistya Wardhana, SE., MEI.**

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, dilakukan untuk tujuan mengetahui pengaruh kemasan produk makanan di supermarket terhadap niat pembelian konsumen. Objek penelitian ini berfokus pada makanan ringan yang subjeknya adalah para konsumen yang pernah membeli makanan ringan di supermarket dengan umur 18-35 tahun. Data yang digunakan berupa data penyebaran kuesioner secara *online*. Data yang diperoleh sebanyak 103 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan produk makanan ringan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pembelian konsumen. Variabel warna dan bahan kemasan secara positif dan signifikan memengaruhi niat pembelian, sementara variabel desain, informasi tercetak, dan gaya penulisan huruf tidak memiliki pengaruh signifikan. Pengaruh kemasan produk terhadap niat pembelian konsumen ditemukan mencapai 76%.

Kata Kunci: Kemasan produk makanan ringan, niat pembelian konsumen.