

**PENGARUH *DESIGN PACKAGING* dan KUALITAS *PACKAGING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PARFUM HMNS DI
JAKARTA**

Oleh :

Nama : Karl Kenneth Keitaro

NIM : 24209058

Proposal Skripsi

Program Studi : Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran



INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

Maret 2024

PENGESAHAN

PENGARUH *DESIGN PACKAGING* dan KUALITAS *PACKAGING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PARFUM HMNS DI JAKARTA

Diajukan Oleh

Nama : Karl Kenneth Keitaro

NIM : 24209058

Jakarta, 26 Maret 2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing



(Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos., M.Si)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2024

Abstrak

Karl Kenneth Keitaro/24209058/2024/Pengaruh *Design Packaging* dan Kualitas *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum Hmns di Jakarta/pembimbing : Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos.,M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *design packaging* dan kualitas *packaging* terhadap keputusan pembelian pada penjualan parfum HMNS di Jakarta. Apakah *design packaging* dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian parfum HMNS di Jakarta, dan kualitas *packaging* yang dirasakan pada produk parfum HMNS, termasuk kualitas *packaging*, memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan uraian dan hasil penelitian terdahulu yang berbeda maka perlu dilakukan penelitian ulang terhadap Pengaruh *Design Packaging* Dan Kualitas *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penjualan Parfum HMNS Di Jakarta.

Kotler's Marketing Mix: Kotler's 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) pada buku Kotler dan Armstrong (2021) landasan teoritis ini dipilih untuk memahami bagaimana desain dan kualitas *packaging* (Product) memengaruhi keputusan pembelian. Bagaimana perusahaan memasarkan produknya melalui saluran distribusi (Place) dan promosi juga dapat menjadi bagian penting dari analisis.

Objek penelitian ini adalah pengguna atau calon pembeli parfum HMNS di Jakarta dengan rentan usia 17 hingga 40 tahun, penelitian ini menggunakan metode penelitian non probabilitas sampling dan menggunakan angket atau kuisioner sebagai sample yang berjumlah 137 responden yang kemudian diolah menggunakan program IBM Statistic SPSS 25.

Hasil dari penelitian ini yaitu *design packaging* berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian parfum HMNS di Jakarta. Kualitas *packaging* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk parfum di Jakarta, kualitas *packaging* dan *design packaging* secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian parfum HMNS di Jakarta.

Dengan demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa *design packaging* dan kualitas *packaging* mampu menjadi salah satu faktor penting dalam melakukan keputusan pembelian yang dapat menimbulkan kesan pertama dari pandangan seseorang dalam memilih produk HMNS, konsumen atau pembeli sering kali memilih produk melalui tampilan kemasan produk yang menarik dan kualitas yang diberikan, maka hal ini mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen HMNS di Jakarta.

Kata kunci : *Design Packaging*, Kualitas *Packaging* , Keputusan Pembelian, Parfum HMNS

Abstract

This study aims to examine the influence of design and packaging quality on purchasing decisions in the sales of HMNS perfumes in Jakarta. Can packaging design influence purchasing decisions of HMNS perfumes in Jakarta, and perceived quality of HMNS perfume products, including packaging quality, have a positive influence on consumer purchasing decisions. Based on the description and results of previous research which were different, a re-study on the Influence of Design and Packaging Quality on Purchasing Decisions in the Sales of HMNS Perfumes in Jakarta is necessary.

Kotler's Marketing Mix: Kotler's 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) in Kotler and Armstrong's book (2021:34) is the theoretical foundation chosen to understand how design and packaging quality (Product) affect purchasing decisions. How companies market their products through distribution channels (Place) and promotion can also be an important part of the analysis.

The object of this research is users or potential buyers of HMNS perfumes in Jakarta with an age range of 17 to 40 years old, this research uses non-probability sampling methods and uses questionnaires as samples which amounted to 137 respondents which were then processed using the IBM Statistic SPSS 25 program.

The results of this study indicate that packaging design has a significant negative effect on purchasing decisions for HMNS perfumes in Jakarta. Packaging quality has a significant positive effect on purchasing decisions for perfume products in Jakarta, packaging quality and packaging design together influence purchasing decisions for HMNS perfumes in Jakarta.

This, it can be concluded that packaging design and packaging quality can be important factors in making purchasing decisions that can create a first impression from someone's perspective in choosing HMNS products, consumers or buyers often choose products through attractive product packaging and the quality provided, thus influencing purchasing decisions of HMNS consumers in Jakarta.

Keywords: Design Packaging, Packaging Quality, Purchasing Decision, HMNS Perfume

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal yang berjudul “Pengaruh *Design Packaging* Dan Kualitas *Packaging* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Parfum Hmns Di Jakarta” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata - kata maupun pembahasan materi skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharap kritik, saran dan segala bentuk pengarahannya dari semua pihak untuk perbaikan skripsi ini.

Dalam proses penyusunan Proposal ini banyak hambatan dan rintangan yang penulis hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, telah memberi kesehatan dan kelancaran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
2. Ibu Dr. Sylvia Sari Rosalina, S.Sos.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan,bantuan serta masukan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi.
3. Bapak Henri Santoso Tjandraguna dan Ibu Isnani selaku orangtua penulis yang telah memberikan support sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
4. Jim Karl Lysander dan Leonard Max Toshiro selaku Kakak dan Adik penulis yang selalu memberikan support dan dukungan agar penulisan skripsi dapat selesai tepat waktu.

5. Sahabat terhebat Michellia, Pathrisia Togima Nainggolan, Jennyfer Cyugesty, Aldo Julio, Geovani Renault, Insanul Kamil, Cesarina Elwindra, Stevanny dan semua yang tidak bisa disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.
6. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menempuh studi.
7. Seluruh karyawan dan staf Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan Proposal hingga dapat terselesaikan dengan baik. .

Akhir kata, penulis berharap semoga Proposal ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.
Jakarta.

Maret 2024

Penulis

Karl Kenneth Keitaro

DAFTAR ISI

Abstrak	III
Abstract	IV
DAFTAR ISI	VII
Daftar Gambar	IX
Daftar Tabel	X
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Penelitian	5
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Grand Teori	8
2. Konsep Pemasaran	9
3. Konsep <i>Design Packaging</i>	10
4. Konsep Kualitas <i>Packaging</i>	13
5. Keputusan Pembelian	18
B. Penelitian terdahulu	22
C. Kerangka pemikiran	25
D. Hipotesis Dasar	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Obyek Penelitian	27
B. Desain penelitian	27
C. Variable penelitian	29
1. Variabel Independen	29
a. <i>Design Packaging</i>	29
b. Kualitas <i>Packaging</i>	30
2. Variabel Dependen	31
D. Teknik pengambilan sample	32
E. Teknik pengambilan data	32
F. Teknik Analisis Data	33
1. Uji Kelayakan Instrumen Penelitian	33
a. Uji Validitas	33
b. Uji Reliabilitas	36
2. Analisis Deskriptif	38
3. Uji Asumsi Klasik	39
4. Analisis Regresi Linear Berganda	40
5. Uji Hipotesis	41

a. Uji T (Parsial)	41
b. Uji F (Simultan)	41
BAB IV	43
HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Responden	43
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia	43
Data mengenai pekerjaan responden adalah sebagai berikut :	44
Data mengenai alamat domisili responden adalah sebagai berikut :	45
B. Hasil Penelitian	45
1. Uji Asumsi Klasik	45
2. Uji Regresi Linier Berganda	49
3. Uji Hipotesis	50
4. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	53
C. Pembahasan	53
1. Pengaruh design packaging terhadap keputusan Pembelian parfum “HMNS”	53
2. Pengaruh kualitas packaging terhadap keputusan Pembelian parfum “HMNS”	55
3. Pengaruh kualitas packaging dan design packaging secara bersama-sama terhadap keputusan Pembelian parfum “HMNS”	57
BAB V	59
PENUTUP	59
A. Kesimpulan	59
B. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	65

Daftar Gambar

Gambar 1. Grafik Penjualan Parfum HMNS Periode September - Oktober 2022	2
Gambar 2. Data Penjualan Katagori Kecantikan.....	3
Gambar 3. Kerangka Pemikiran	25
Gambar 4. Uji Heterokedastitas	46

Daftar Tabel

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu 1	22
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu 2	22
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu 3	23
Tabel 2.4. Penelitian Terdahulu 4	23
Tabel 2.5. Penelitian Terdahulu 5	24
Tabel 2.6. Penelitian Terdahulu 6	24
Tabel 3.1. Operasional Design Packaging	30
Tabel 3.2. Operasional Kualitas Packaging	30
Tabel 3.3 Operasional Keputusan Pembelian	31
Tabel 3.1.1. Tabel Skala Likert	33
Tabel 3.2.1. Uji Validitas Design Packaging	34
Tabel 3.2.2. Uji Validitas Kualitas Packaging	34
Tabel 3.2.3. Uji Validitas Keputusan Pembelian	35
Tabel 3.3.1. Uji Reliabilitas Variabel Design Packaging(X1)	36
Tabel 3.3.2. Kriteria Koefisien Reliabilitas.....	37
Tabel 3.3.3. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Packaging (X2)	37
Tabel 3.3.4. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	38
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Domisili	44
Tabel 4.1.1. Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.1.2. Uji Multikolonieritas.....	47
Tabel 4.1.3. Uji Linieritas.....	48
Tabel 4.2.1. Regresi Linier Berganda.....	49
Tabel 4.3.1. Uji Hipotesis T (parsial).....	50
Tabel 4.3.2. Uji Hipotesis F (Simultan).....	51
Tabel 4.4.1. Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52