

**PENGARUH DESAIN KEMASAN TERHADAP MINAT
BELI MELALUI *BRAND IMAGE* PADA KOPI
KEMASAN SIAP MINUM MEREK
NESCAFÉ**

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
SINGARAJA**

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

Menyetujui

Pembimbing I,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si.
NIP.197611102014042001

Pembimbing II,



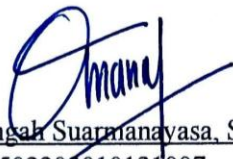
Dr. I Nengah Suarmanayasa, S.E., M.Si.
NIP. 198502202010121007

Skripsi oleh Ni Ketut Astiti Widiyanti ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 14 April 2025

Dewan Penguji,



Dr. Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, S.E., M.Si. (Ketua)
NIP.197611102014042001



Dr. I Nengah Suarnanayasa, S.E., M.Si. (Anggota)
NIP. 198502292010121007



Dr. Komang Krisna Heryanda, S.E., M.M. (Anggota)
NIP. 198309212015041001

Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi
Universitas Pendidikan Ganesha
Guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana Manajemen

pada:

Hari : Senin

Tanggal : 14 April 2025

Mengetahui,

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian,



Dr. Dra. Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si.
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul “Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Melalui *Brand Image* pada Produk Kopi Kemasan Siap Minum Merek Nescafé” beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Singaraja, 21 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,

A yellow revenue stamp from the Indonesian government is placed over the signature. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text "REPUBLIK INDONESIA", "10000", "METERAI TEMPEL", and the serial number "DBDBFAMX150239362".

Ni Ketut Astiti Widiyanti

NIM 2117041071

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	11
1.3 Pembatasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah Penelitian	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Hasil Penelitian.....	13
 BAB II KAJIAN TEORI.....	 14
2.1 Minat Beli Konsumen.....	14
2.1.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	14
2.1.2 Indikator Minat Beli Konsumen	15
2.2 Desain Kemasan	16
2.2.1 Pengertian Desain Kemasan	16
2.2.2 Indikator Desain Kemasan.....	17
2.3 <i>Brand Image</i>	18
2.3.1 Pengertian <i>Brand image</i>	18
2.3.2 Indikator <i>Brand Image</i>	19
2.4 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	20
2.5 Hubungan Antar Variabel	24
2.5.1 Hubungan Desain Kemasan (X_1) Terhadap Minat Beli (Y)	24
2.5.2 Hubungan <i>Brand Image</i> (X_2) Terhadap Minat Beli Konsumen (Y).....	25
2.5.3 Hubungan Desain Kemasan (X_1) Terhadap <i>Brand Image</i> (X_2)	25

2.5.4 Hubungan (X_1) Terhadap (Y) Melalui (X_2)	26
2.6 Kerangka Berpikir	27
2.7 Hipotesis Penelitian.....	28
 BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.1.1 Tempat Penelitian.....	29
3.1.2 Waktu Penelitian	29
3.2 Rancangan Penelitian	29
3.3 Subjek Penelitian dan Objek Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	31
3.4.1 Populasi Penelitian.....	31
3.4.2 Sampel Penelitian	31
3.5 Definisi dan Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.6 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data	33
3.6.1 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.6.2 Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.7 Metode dan Teknik Analisis Data.....	35
3.7.1 Uji t	36
3.7.2 Analisis Jalur.....	37
3.7.3 Diagram Jalur dan Persamaan Struktural.....	37
3.7.5 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	40
3.7.6 Uji Efek Mediasi.....	41
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Deskripsi Data	43
4.1.2 Deskripsi Data <i>Brand Image</i>	47
4.1.3 Deskripsi Data Minat Beli	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.3 Pengujian Hipotesis	52
4.3.1 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli	53
4.3.2 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Minat Beli.....	54

4.3.3 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap <i>Brand Image</i>	54
4.3.4 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Melalui <i>Brand Image</i>	55
4.3.5 Pengujian Mediasi (X_2) pada (X_1) terhadap (Y).....	55
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.4.1 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli	58
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli	62
4.4.3 Pengaruh Desain Kemasan Terhadap <i>Brand Image</i>	66
4.4.4 Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli melalui <i>Brand Image</i>	69
4.4.5 Keterbatasan Penelitian.....	72
4.5 Implikasi	73
 BAB V PENUTUP.....	 74
5.1 Rangkuman.....	74
5.2 Simpulan	76
5.3 Saran	76
DAFTAR RUJUKAN	79



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Data Top Brand Indonesia Tahun 2019-2023.....	3
Tabel 1. 2 Penjualan Nescafé Siap Minum di Singaraja Tahun 2023-2024.....	4
Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	32
Tabel 3. 2 Pemberian Skor Jawaban Kuesioner	34
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	35
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	35
Tabel 3. 5 Sumbangan Pengaruh Variabel X1 dan X2 terhadap Y.....	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	44
Tabel 4. 3 Kriteria Skor Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	45
Tabel 4. 5 Hasil Deskripsi Data Desain Kemasan (X ₁).....	46
Tabel 4. 6 Hasil Deskripsi Data <i>Brand Image</i> (X ₂).....	47
Tabel 4. 7 Hasil Deskripsi Data Minat Beli (Y).....	48
Tabel 4. 8 <i>Output</i> SPSS Analisis Jalur Pengaruh (X ₁) terhadap (Y) melalui (X ₂)	49
Tabel 4. 9 Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Melalui <i>Brand Image</i> Nescafé	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Variasi Kemasan Nescafé	5
Gambar 1. 2 Diagram Hasil Survey Konsumen Nescafé	10
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	27
Gambar 3. 1 Sub Struktural Pengaruh (X_1) terhadap (Y)	38
Gambar 3. 2 Sub Struktural Pengaruh (X_2) terhadap (Y)	38
Gambar 3. 3 Sub Struktural Pengaruh (X_1) terhadap (X_2)	38
Gambar 3. 4 Sub Struktural Pengaruh (X_1) terhadap (Y) melalui (X_2)	39
Gambar 4. 1 Struktur Pengaruh (X_1) Terhadap (Y) melalui (X_2)	52
Gambar 4. 2 <i>Output</i> Hasil Uji Sobel Test Antara X_1 Terhadap Y Melalui X_2	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 01 Kuesioner Penelitian.....	85
Lampiran 02. Data Kuesioner Desain Kemasan Sampel Kecil.....	89
Lampiran 03. Data Kuesioner <i>Brand Image</i> Sampel Kecil.....	90
Lampiran 04. Data Kuesioner Minat Beli Sampel Kecil	91
Lampiran 05. Tabulasi Data Responden	92
Lampiran 06. Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Instrumen	95
Lampiran 07. <i>Output</i> SPSS Analisis Statistik Deskriptif.....	98
Lampiran 08. <i>Output</i> SPSS Uji Coba Analisa Jalur.....	99
Lampiran 09. <i>Output</i> SPSS Sobel Test.....	100

