



**Universitas Mercu Buana**  
**Program Pascasarjana**  
**Program Studi Magister Ilmu Komunikasi**

Novida Irawan (55207110004)

Pengaruh Daya Tarik Pesan Dalam Kemasan Produk Terhadap Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian

*(Studi Mengenai Kemasan Botol Permen Lotte Xylitol di Carrefour Lebak Bulus Jakarta Selatan)*

Daftar Pustaka: 25 Buku (1996-2009)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh daya tarik pesan dalam kemasan produk yang meliputi *visibility*, *information*, *emotional appeal* dan *workability* terhadap ekuitas merek dan keputusan pembelian konsumen. Penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai Agustus 2009 di Carrefour Lebak Bulus Jakarta Selatan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei berdasarkan kriteria, yaitu Carrefour Lebak Bulus Jakarta Selatan memiliki penjualan permen karet Lotte Xylitol yang paling tinggi dibandingkan Carrefour di wilayah lain di Jakarta serta dibandingkan dengan *Supermarket* atau *Hypermarket* sejenis yang ada di Jakarta.

Penelitian ini menggunakan metode survei korelasional, penentuan sampel menggunakan *simple random sampling* dimana konsumen yang diambil sebagai responden sebanyak 95 orang. Analisis ini dilakukan dengan statistik deskriptif dan analisis jalur. Hasil hipotesis pertama berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan bahwa daya tarik pesan dalam kemasan produk yang terdiri dari *visibility*, *information*, *emotional appeal* dan *workability* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel ekuitas merek. Hasil uji hipotesis kedua, berdasarkan hasil analisis jalur (*path analysis*) diketahui bahwa daya tarik pesan dalam kemasan produk yang terdiri dari *visibility*, *information*, *emotional appeal* dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Disini faktor *workability* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:** Kemasan, Ekuitas Merek, Keputusan Pembelian, Analisis Jalur