



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH KETERTARIKAN PADA KEMASAN MI INSTANT INDOMIE
TASTE OF ASIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Marketing Komunikasi dan Advertising

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Disusun Oleh :

Anak Agung Sagung Putri Nareswari

44311120028

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2015**



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Anak Agung Sagung Putri Nareswari
NIM : 44311120028
Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar hasil karya sendiri. Apabila mengutip karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenali sanksi apabila terbukti melakukan tindakan plagiat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 12 April 2015



Anak Agung Sagung Putri Nareswari
Anak Agung Sagung Putri Nareswari



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KETERTARIKAN PADA KEMASAN
MI INSTAN INDOMIE TASTE OF ASIA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Nama : Anak Agung Sagung Putri Nareswari

NIM : 44311120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 12 April 2015

Mengetahui,

Pembimbing

(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KETERTARIKAN PADA KEMASAN
MI INSTAN INDOMIE TASTE OF ASIA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Nama : Anak Agung Sagung Putri Nareswari

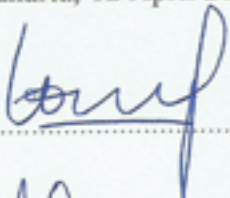
NIM : 44311120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

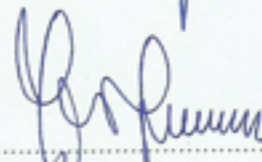
Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 12 April 2015

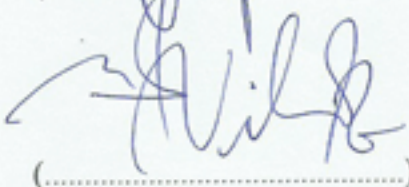
Ketua Sidang,
Dr. Yoyoh Hereyah.,M.Si

()

Penguji Ahli,
Dr. Elly Yuliatwati, M.Si

()

Pembimbing,
SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si

()

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KETERTARIKAN PADA KEMASAN
MI INSTAN INDOMIE TASTE OF ASIA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Nama : Anak Agung Sagung Putri Nareswari

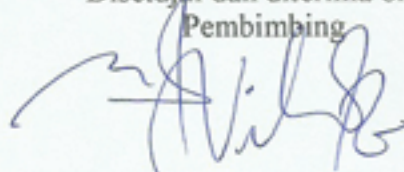
NIM : 44311120028

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Marketing Komunikasi dan Advertising

Jakarta, 12 April 2015

Disetujui dan diterima oleh,
Pembimbing



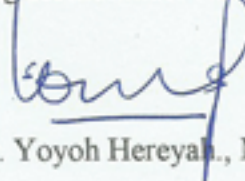
(SM Niken Restaty, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Marketing Komunikasi dan Advertising



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena karunia-Nya dan seijin-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi “Pengaruh Ketertarikan Pada Kemasan Indomie *Taste of Asia* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” ini dengan baik dan tepat dengan waktu yang ditentukan.

Penulisan skripsi ini diajukan guna melengkapi dan memenuhi persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu *Marketing Communication & Advertising* yang ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat terwujud tanpa bimbingan, *support* dan dorongan dari berbagai pihak. Dan dalam kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu S.M. Niken Restaty, S.Sos., M.Si, Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, perhatian dan juga waktu yang berharga selama bimbingan dan juga ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Terima kasih ya ibu sudah menjadi ibu “kedua” yang luar biasa.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair., M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta.
3. Ibu Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si, Selaku Ketua Bidang Studi *Marketing Communication & Advertising* Mercu Buana Jakarta.

4. Seluruh dosen pengajar Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta khususnya pada program studi *Marketing Communication & Advertising*.
5. Seluruh staf Tata Usaha dan Badan Administrasi dan Akademik Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana Jakarta. Terutama untuk Pak Sam yang sangat baik, selalu menjawab semua pertanyaan dalam berbagai hal yang berhubungan dengan administrasi dan membantu saya dengan senang hati.
6. Tu aji dan ibu, yang selalu mendoakan, memberikan dorongan, semangat, menemani saat sidang proposal hingga sidang skripsi dan *reminder* hidup yang selalu mengingatkan saat kemalasan yang sangat besar melanda.
7. Kedua adikku, Arya dan Adit yang memberikan hiburan saat sedang jenuh dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Pinta, Rahma, Tris dan Wanda yang selalu memberikan *support*, semangat dan segala bantuannya untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Keluarga Besar Dampu Design, Pak Nanang yang memberikan masukan dan juga pinjaman buku-buku komunikasi yang sangat-sangat membantu dalam penulisan skripsi ini. Pak Didu & Kang Eri yang telah selalu mengizinkan untuk meninggalkan kantor untuk bimbingan. Bebe yang selalu menyemangati dengan kata-kata pedas dan kasarnya, Tere yang selalu dibuat

pusing dengan pekerjaan yang saya tinggalkan dan teman-teman Dampu yang direpotkan selama penyusunan skripsi ini.

10. Pejuang Skripsi yang luar biasa Diny, Mba Litani, Mas Sofi, Fatia dan Mba Vinkan yang menemani saya dan berjuang bersama dari bimbingan, mengejar Bu Niken sampai dengan sidang. Kalian luar biasa!

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kesalahan, kekurangan dan masih belum sempurna. Penulis menyadari masih banyak kekurangan disana-sini yang perlu perbaikan dikarenakan keterbatasan kemampuan penulis dan juga ketidaksengajaan yang dilakukan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dan berguna agar tulisan ini menjadi lebih baik dan sempurna. Penulis berharap skripsi ini bisa diterima dan bisa bermanfaat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 12 April 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang Masalah	1
1. 2 Perumusan Masalah	7
1. 3 Tujuan Penelitian	7
1. 4 Manfaat Penelitian	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	9
2. 1 Komunikasi Pemasaran	9
2. 2 Kemasan.....	15
2. 3 Desain Kemasan.....	25
2. 3. 1 Pengertian Desain Kemasan	25
2. 3. 2 Prinsip-prinsip Desain Kemasan.....	30

2. 3. 3 Elemen-Elemen Desain Kemasan	34
2. 3. 3. 1 Warna.....	34
2. 3. 3. 2 Struktur dan Material Kemasan.....	38
2. 3. 3. 3 Merek/Logo.....	40
2. 3. 3. 4 Tipografi.....	41
2. 3. 3. 5 Grafis Ilustrasi.....	42
2. 3. 4 Model VIEW.....	44
2. 3. 5 Hipotesis.....	47
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	48
3. 1 Tipe Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	48
3.3 Populasi dan Sampel	49
3. 3. 1 Populasi	49
3. 3. 2 Sampel	50
3.4 Definisi dan Operasional Konsep	51
3. 4. 1 Definisi Konsep	51
3. 4. 2 Operasional Konsep	53
3.5 Validitas dan Reliabilitas	55
3. 5 1 Validitas.....	55
3. 5. 2 Reliabilitas	59
3. 5. 3 Uji Korelasi	60
3. 5. 4 Uji Regresi	62
3. 6 Teknik Pengumpulan Data	63

3.7 Teknik Analisis Data.....	63
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	66
4.2 Hasil Penelitian	71
4.3 Pembahasan	103
4. 3. 1 Uji Korelasi	103
4. 3. 2 Uji Regresi Sederhana	105
4. 3. 3 Koefisiensi Determinasi	107
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran	113
5. 2. 1 Saran Praktis	113
5. 2. 2 Saran Akademis	113
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	xx

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Kelebihan dan kekurangan kemasan sebagai media komunikasi.....	24
Tabel 3.1 Operasional Konsep.....	53
Tabel 3.2 Validitas X Kemasan Indomie <i>Taste of Asia</i>	56
Tabel 3.3 Validitas Y Keputusan pembelian konsumen	58
Tabel 3.4 Realibilitas X Kemasan Indomie Taste of Asia	60
Tabel 3.5 Realibilitas Y Keputusan pembelian konsumen	60
Tabel 3.6 Nilai Koefiensi Korelasi	61
Tabel 4.1 Usia Responden	72
Tabel 4.2 Penghasilan Responden	73
Tabel 4.3 Konsumsi Mi Instant	73
Tabel 4.4 Frekuensi Konsumsi Mi Instant Dalam Sebulan	74
Tabel 4.5 Mi Instant Yang Biasanya Dibeli	74
Tabel 4.6 Mengetahui Indomie Taste of Asia Melalui	75
Tabel 4.7 Varian Indomie Taste of Asia yang Dibeli	76
Tabel 4.8 Memperhatikan Warna Yang Digunakan Pada Kemasan	77
Tabel 4.9 Memperhatikan Warna Yang Digunakan Pada Varian Rasa Bulgogi adalah coklat	78
Tabel 4.10 Memperhatikan Warna Yang Digunakan Pada Varian Rasa Laksa adalah orange	79
Tabel 4.11 Memperhatikan Warna Yang Digunakan Pada Varian Rasa Tom Yum adalah merah tua	80

Tabel 4.12 Memperhatikan Pada Kemasan Menggunakan Warna Emas Pada Area Depan Kemasan	81
Tabel 4.13 Memperhatikan Pada Varian Rasa Bulgogi Terdapat Gambar <i>Changdeokgung Palace Garden</i> dan <i>Seven Nymphs Bridge</i>	82
Tabel 4.14 Memperhatikan Pada Varian Rasa Laksa Terdapat Gambar Pemandangan dari <i>Marina Bay</i> (Bangunan Kota, <i>Singapore Flyer</i> dan <i>Marina Bay Sands Hotel</i>)	83
Tabel 4.15 Memperhatikan Pada Varian Rasa Tom Yum Terdapat Gambar Bangunan <i>Grand Palace</i>	84
Tabel 4.16 Memperhatikan Kemasan Taste of Asia Berbentuk Kantong Kemasan	85
Tabel 4.17 Mengetahui Varian Rasa Melalui Keterangan Rasa Keterangan Yang Ada Pada Bagian Depan Kemasan	86
Tabel 4.18 Memperhatikan Topping Pelengkap Melalui Keterangan Di Bagian Depan Kemasan	87
Tabel 4.19 Mengetahui Cara Memasak Dari Keterangan Yang Ada Di Bagian Belakang Kemasan	88
Tabel 4.20 Mengetahui Kandungan Nutrisi Yang Terkandung Dari Keterangan Tulisan Di Belakang Kemasan	89
Tabel 4.21 Mengetahui Kandungan Komposisi Yang Terkandung Dari Keterangan Tulisan Di Belakang Kemasan	90
Tabel 4.22 Tampilan Penataan Mi Pada Foto Makanan Menunjukkan Kesan Mewah	91

Tabel 4.23 Membeli Taste of Asia Membeli Produk Yang Berbeda Dengan Indomie Yang Reguler	92
Tabel 4.24 Membeli Taste of Asia Membeli Barang Yang Bermerek dan Mewah	93
Tabel 4.25 Kemasan Taste Of Asia Memiliki Ukuran Yang Lebih Besar Dari Indomie Biasa	94
Tabel 4.26 Tertarik Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Kemasannya Food Grade	95
Tabel 4.27 Tertarik Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Kemasannya Tidak Mudah Rusak	96
Tabel 4.28 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Kemasannya	97
Tabel 4.29 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Varian Rasanya	98
Tabel 4.30 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Warna Yang Digunakan Pada Kemasannya	98
Tabel 4.31 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Foto Makanan Yang Digunakan Pada Kemasannya	100
Tabel 4.32 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Gambar-gambar Yang Digunakan Pada Kemasannya	101
Tabel 4.33 Membeli Indomie Taste Of Asia Karena Diproduksi oleh Produsen Yang Sama Dengan Indomie	102
Tabel 4.34 Hasil Uji Korelasi Pearson	103
Tabel 4.35 Hasil Uji Anova	105
Tabel 4.36 Koefisien	106

Tabel 4.37 Model Summary107



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Top Brand</i> 2015 versi Majalah Marketing Edisi Februari 2015	6
Gambar 2.1 <i>Purchase Funnel</i>	13
Gambar 2.2 Contoh Desain PDP	33
Gambar 2.3 <i>Brand Identity, Product Identity</i> dan <i>Copy Elements</i> pada Kemasan	43
Gambar 4.1 3 Varian Rasa Indomie <i>Taste of Asia</i>	67
Gambar 4.2 Mi Goreng Rasa Bulgogi Korea	69
Gambar 4.3 Mi Kuah Rasa Tom Yum Thailand.....	70
Gambar 4.4 Mi Kuah Rasa Laksan Singapura	71