# PENGARUH PROMOSI *ONLINE PLATFORM* INSTAGRAM DAN DESAIN PADA KEMASAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN *FUSION SORBET* GHIACCIO DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI

OLEH :

BRYANT JULIAN

1723018007

**FAKULTAS KEWIRAUSAHAAN**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA**

**SURABAYA**

**2021**

## HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI *ONLINE PLATFORM* INSTAGRAM DAN DESAIN PADA KEMASAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN *FUSION SORBET* GHIACCIO DI KOTA SURABAYA
*FUSION SORBET* GHIACCIO

Oleh :

Bryant Julian
1723018007

Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan

Kepada Tim Penguji

| Pembimbing I, | Pembimbing II, |
| --- | --- |
| Dr. Diyah Tulipa, MM | Aldo Hardi Sancoko, S.E., MM |
| Tanggal: 10 November 2021 | Tanggal: 10 Nov 21 |

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Bryant Julian

NRP : 1723018007

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Online Platform Instagram dan Desain Pada Kemasan Terhadap Minat Pembelian Fusion Sorbet Ghiaccio Di Kota Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Surabaya, 20 Oktober 2021

Yang Menyatakan,

Bryant Julian

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Bryant Julian NRP : 1723017007, telah diuji pada tanggal 1 Desember 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji,

Dr. Diyah Tulipa, MM
NIK 172.02.0543

Mengetahui:

Dekan,

Dr. Diyah Tulipa, MM
NIK 172.02.0543

Ketua Prodi,

Aldo Hardi Sancoko, S.E., MM
NIK 172.18.0997

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama :Bryant Julian
NRP :1723018007

Menyetujui karya ilmiah saya,

Judul : Pengaruh Promosi *Online Platform* Instagram dan Desain Pada Kemasan Terhadap Minat Pembelian *Fusion Sorbet* Ghiaccio di Kota Surabaya.

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau di media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sesuai dengan undang-undang hak cipta.

Demikianlah surat pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Desember 2021

Bryant Julian

# KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, karunia serta rahmat-Nya yang melimpah kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi yang berjudul "PENGARUH PROMOSI *ONLINE PLATFORM* INSTAGRAM DAN DESAIN PADA KEMASAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN *FUSION SORBET* GHIACCIO DI KOTA SURABAYA" dengan baik. Penulis ingin mengucapkan terima kasih atas dukungan setra bimbingan dari banyak sekali pihak yang terkait dalam penulisan laporan skripsi ini yang membuat penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik untuk memenuhi syarat kelulusan Fakultas Kewirausahaan, Jurusan Kewirausahaan, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan, dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis ketika proses penulisan laporan skripsi ini dari awal hingga selesai kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM selaku Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Diyah Tulipa, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
4. Bapak Aldo Hardi Sancoko, S.E., MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu untuk membimbing penulis.
5. Kepada Dosen dan Karyawan dan seluruh Staff Tata Usaha Fakultas Kewirausahaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan informasi guna kelancaran pengumpulan laporan skripsi.
6. Kepada keluarga saya yang telah memberikan banyak sekali dukungan, doa, cinta kasih, dalam penyusunan laporan skripsi ini dan dalam masa studi yang saya tempuh selama ini.
7. Kepada teman-teman yang membantu penulis dalam menyelesaikan laporan penulisan skripsi ini, terima kasih atas doa, dukungan, dan saran yang diberikan.

Penulis juga mengingat berbagai macam keterbatasan yang dimiliki oleh penulis untuk dapat menyelesaikan laporan skripsi yang

jauh dari sempurna ini. Penulis juga ingin menerima segala macam kritik dan saran yang sifatnya membangun akan penulis terima dengan senang hati. Penulis berharap semoga laporan penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, 20 Oktober 2021

Penulis,

(Bryant Julian)

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... i
HALAMAN PERSETUJUAN ..... ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... iii
HALAMAN PENGESAHAN ..... iv
KATA PENGANTAR ..... v
DAFTAR ISI ..... viii
DAFTAR TABEL ..... xi
DAFTAR GAMBAR ..... xiii
DAFTAR LAMPIRAN ..... xiv
ABSTRAK ..... xv
BAB 1. PENDAHULUAN
1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 7
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian ..... 7
1.4 Tujuan Penelitian ..... 7
1.5 Manfaat Penelitian ..... 7
1.6 Sistematika Penulisan ..... 8
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKAAN DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS
2.1 Penelitian Terdahulu ..... 9
2.2 Landasan Teori ..... 13
2.2.1. Variabel Promosi *Online Platform* Instagram ..... 13
2.2.2. Variabel Desain Pada Kemasan ..... 21
2.2.3. Variabel Minat Pembelian ..... 26
2.3 Pengaruh Antar Variabel ..... 31
2.3.1. Pengaruh Promosi Online Platform Instagram Terhadap Minat Pembelian ..... 31
2.3.2. Pengaruh Desain Pada Kemasan Terhadap Minat Pembelian ..... 31
2.4 Kerangka/Model Konseptual ..... 32
2.5 Hipotesis ..... 32
BAB 3. METODE PENELITIAN
3.1 Desain Penelitian ..... 33

3.2 Obyek Penelitian ..... 33
3.3 Populasi dan Sample ..... 34
3.4 Metode Pengumpulan Data ..... 35
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional ..... 35
3.5.1. Variabel Penelitian ..... 35
3.5.2. Definisi Operasional ..... 36
3.6 Statistik Deskriptif ..... 37
3.7 Pengujian Data ..... 38
3.7.1. Uji Validitas ..... 38
3.7.2. Uji Reliabilitas ..... 38
3.7.3. Uji Deskriptif ..... 39
3.7.4. Uji Asumsi ..... 39
3.7.5. Uji Model ..... 41
3.7.6. Uji Hipotesis ..... 42
BAB 4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN
4.1 Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner ..... 43
4.2 Karakteristik Kosumen ..... 44
4.3 Deskriptif Data ..... 50
4.3.1. Variabel Promosi *Online Platform* Instagram ..... 51
4.3.2. Variabel Desain Pada Kemasan ..... 53
4.3.3. Variabel Minat Pembelian ..... 54
4.4 Hasil Penguji Kualitas Data ..... 55
4.4.1. Hasil Uji Validitas ..... 55
4.4.2. Hasil Uji Realibilitas ..... 58
4.4.3. Hasil Uji Asumsi ..... 59
4.4.3.1. Asumsi Normalitas ..... 59
4.4.3.2. Asumsi Heteroskedastisitas ..... 60
4.4.3.3. Asumsi Multikolinieritas ..... 60
4.4.3.4. Uji Autokolerasi ..... 61
4.4.3.5. Koefisien Determinasi ..... 61
4.5 Hasil Uji Hipotesis ..... 62
4.5.1.Uji Hipotesis dengan Uji t ..... 62
4.5.2. Persamaan Regresi Minat Pembelian ..... 63
4.5.3. *Standardized Coefficient* ..... 64
4.6 Hasil Uji Model ..... 64
4.7 Pembahasan ..... 65

4.7.1. Pengaruh Promosi *Online Platform* Instagram Terhadap Minat Pembelian ..... 65
4.7.2. Pengaruh Desain Pada Kemasan Terhadap Minat Pembelian ..... 66
BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Simpulan ..... 68
5.2 Saran ..... 69
5.2.1 Saran Akademis ..... 69
5.2.2 Saran Praktis ..... 69
5.3 Keterbatasan Penelitian ..... 70
DAFTAR PUSTAKA ..... 71

# DAFTAR TABEL


Tabel 1.1. Pertumbuhan Pasar Es Krim di Asia Tenggara ..... 2
Tabel 1.2. Konsumsi Es Krim per Kapita di Asia Tenggara Tahun 2017 ..... 3
Tabel 2.1. Perbandingan Data Antara Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang ..... 10
Tabel 3.1. Tabel Hipotesis Durbin Watson ..... 41
Tabel 4.1. Pembagian Kuesioner ..... 43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... 45
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia ..... 45
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili ..... 46
Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan ..... 46
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi *Sorbet* per Bulan ..... 47
Tabel 4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi *Ice Cream* per Bulan ..... 48
Tabel 4.8. Karakteristik Responden Berdasarkan Kepemilikan dan Kepenggunaan Instagram ..... 49
Tabel 4.9. Karakteristik Responden Lama Waktu Menggunakan Sosial Media Dalam Satu Hri ..... 49
Tabel 4.10. Karakteristik Responden Berdasarkan Suka Untuk Melihat Iklan di Instagram Mengenai Keterlibatan Antara Konsumen dengan *Sorbet* dan Sosial Media ..... 50
Tabel 4.11. Interval Rata-rata Skor ..... 51
Tabel 4.12. Statistik Deskriptif Variabel Promosi *Online Platform* Instagram ..... 52
Tabel 4.13. Statistik Deskriptif Variabel Desain Pada Kemasan ..... 53
Tabel 4.14. Statistik Deskriptif Variabel Minat Pembelian ..... 54
Tabel 4.15. Hasil Pengujian Validitas Variabel Promosi *Online Platform* Instagram ..... 55
Tabel 4.16. Hasil Pengujian Validitas Variabel Desain Pada Kemasan ..... 57
Tabel 4.17. Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Pembelian ..... 57
Tabel 4.18. Hasil Pengujian Reliabilitas ..... 59
Tabel 4.19. *Collinearity Statitstic* – Pengujian Mulitikolinearitas ..... 60
Tabel 4.20. Hasil Autokorelasi ..... 61
Tabel 4.21. Hasil Koefisien Determinasi ..... 61

Tabel 4.22. Tabel Uji t..... 62
Tabel 4.23. Hasil Uji Hipotesis..... 62
Tabel 4.24. Tabel Uji F..... 64
Tabel 4.25. Tabel *Standardized Coefficient*.....64

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Tren *Dessert* ..... 2
Gambar 2.1. Grafik Tren *Sorbet* ..... 13
Gambar 2.2. Bauran Pemasaran *(Marketing Mix)* ..... 16
Gambar 2.3. Grafik Tren Promosi ..... 21
Gambar 2.4. Grafik Tren Kemasan ..... 26
Gambar 2.4. Model Konseptual ..... 32
Gambar 4.1. Hasil Uji Normalitas ..... 59
Gambar 4.2. Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas ..... 60

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Data Deskriptif 1
Lampiran 3 : DataDeskriptif 2
Lampiran 4 : Data Regresi 1
Lampiran 5 : Data Regresi 2
Lampiran 6 : Deskriptif Data 1
Lampiran 7 : Deskriptif Data 2
Lampiran 8 : Uji Validitas
Lampiran 9 : Uji Reliabilitas
Lampiran 10 : Uji Normalitas
Lampiran 11 : Uji Regresi

PENGARUH PROMOSI *ONLINE PLATFORM* INSTAGRAM DAN DESAIN PADA KEMASAN TERHADAP MINAT PEMBELIAN *FUSION SORBET* GHIACCIO DI KOTA SURABAYA

## ABSTRAK

Tren konsumsi *dessert* saat ini sedang meningkat. Peningkatan itu didukung dengan gaya hidup generasi milenial yang healthy lifetsyle dan urban lifestyle. Tren *sorbet* juga memiliki peningkatan pada generasi milenial saat ini. Hal ini memunculkan peluang untuk membuka bisnis yang baru pada bidang *dessert* yaitu *sorbet* untuk saat ini. Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisa pengaruh promosi o*nline platform* Instagram dan desain pada kemasan terhadap minat pembelian konsumen. Penelitian dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner menggunakan media online yaitu *Google Form* yang dilakukan pada teman sekitar, kerabat, kawasan perumahan sekitar, dan masyarakat umum. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 148 responden dan total kuesioner yang memenuhi syarat kriteria responden sebanyak 102 responden. Penelitian menggunakan responden dengan kriteria Usia 17-55 tahun, jenis kelamin pria dan wanita, dan berdomisili di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk menerangkan pengaruh suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif pada variabel promosi *online platform* Instagram dan desain pada kemasan terhadap minat pembelian konsumen.

Kata Kunci: Promosi *Online,* dan Desain Kemasan.

THE EFFECT OF ONLINE PLATFORM PROMOTION BY INSTAGRAM AND PACKAGING DESIGN TO THE PUCRHASE INTENTION IN FUSION SORBET GHIACCIO IN SURABAYA

## ABSTRACT

*The trend of dessert consumption is currently on the rise. The increase is supported by the millennial generation's with their healthy lifestyle and urban lifestyle. The sorbet trend also has an increase in this millennial generations. This trend creates an opportunity to open a new dessert business especially in sorbet for now. The purpose of this study is to analyze the effect of online platform promotion by Instagram and packaging design to the consumer purchase intention. The research was conducted by distributing questionnaires using online media Google Form, which was given on surrounding friends, relatives, surrounding residential areas, and the general public. Questionnaires were distributed to 148 respondents and a total of 102 respondents who got the respondent's criteria. The study used respondents with age criteria 17-55 years, male and female, and domiciled in the Surabaya. This study uses multiple linear regression analysis to explain the effect of an independent variable on the dependent variable. The results of this study can be concluded that there is a positive influence on the online platform promotion by Instagram and the design on the packaging variables on consumer purchase intention.*

*Keywords: Online Platform Promotion by Instagram, and Packaging Design.*