

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMASAN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
WARDAH LIGHTENING SERIES di MATAHARI
DEPARTMENT STORE PLAZA MADIUN**



**OLEH :
RIA RESI VERANIKA
51418408**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022**

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH *LIGHTENING SERIES* di MATAHARI
*DEPARTMENT STORE PLAZA MADIUN***

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
KAMPUS KOTA MADIUN
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH :
RIA RESI VERANIKA
51418408

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
(KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2022

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Resi Veranika
NIM : 51418408
Judul Skripsi : Pengaruh Promosi dan Kemasan Produk Terhadap
Keputusan Pembelian Wardah *Lightening Series* di
Matahari *Department Store Plaza Madiun*

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library*) Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun, 10 Juni 2022

Yang menyatakan,


Ria Resi Veranika

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH *LIGHTENING SERIES* di MATAHARI *DEPARTMENT* STORE PLAZA MADIUN

Oleh :
RIA RESI VERANIKA
51418408

Telah Disetujui dan Diterima dengan Baik
untuk Diajukan Kepada Tim Penguji

Pembimbing,



Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

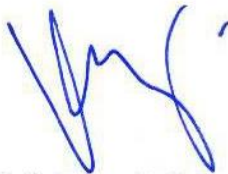
Tanggal : 21 Juni 2022

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Ria Resi Veranika NIM 51418408

Telah diuji pada tanggal 18 Juni 2022 dan dinyatakan lulus oleh tim penguji

Ketua Tim Penguji



Vivi Ariyani, S.E., M.Sc

NIDN. 0717128001

Mengetahui:

Dekan,



D. Lodovicus Iasdi, MM., Ak., CA., CPA
NIDN. 0713097203



Ketua Program Studi,

Dra. Dyah Kurniawati, M.Si
NIDN. 0713126601

KATA PENGANTAR

Puji syukur senantiasa penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas limpahan karunia dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan baik. Penelitian pada skripsi ini berjudul “Pengaruh Promosi dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Wardah *Lightening Series* di Matahari *Department Store* Plaza Madiun” disusun dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Terselesaikannya penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang senantiasa berperan secara langsung maupun tidak langsung dalam pengerjaan skripsi. Sehingga pada kesempatan ini, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

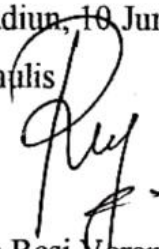
1. Suami, orangtua dan seluruh keluarga besar yang sudah memberikan dukungan, semangat dan do’a kepada penulis.
2. Atasan dan rekan-rekan kerja di PT. Paragon Technology and Innovation dan Matahari *Department Store* Plaza Madiun.
3. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM.,Ak.,CA.,CPA selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Ibu Dra. Dyah Kurniawati, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun serta sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan sepenuh hati, memberikan masukan, semangat, motivasi serta doa dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Didik Joko Pitoyo, S.E.,M.M. selaku Wali Studi yang telah membimbing, memberikan arahan, semangat dan motivasi kepada penulis dari awal semester hingga akhir semester dalam menempuh masa studi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan selama masa studi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
7. Ibu Kris dan Ibu Yani selaku Staf Tata Usaha yang memberikan dukungan kepada penulis, Petugas perpustakaan yang telah memberikan pelayanan yang baik, serta seluruh Staf dan Karyawan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
8. Teman-teman Manajemen D angkatan 2018 yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih ada kekurangan, karena keterbatasan penulis dalam hal ilmu pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya saran dan kritik agar kedepannya dapat semakin baik lagi. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Madiun, 10 Juni 2022

Penulis


Ria Resi Veranika

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Bauran Pemasaran	9
2.1.3 Kemasan Produk	14
2.1.4 Keputusan Pembelian	19
2.2 Penelitian Terdahulu	22
2.3. Pengembangan Hipotesis	23
2.3.1 Hubungan antar Variabel	23
2.3.2 Rumusan Hipotesis	24
2.4 Kerangka Konseptual	25
BAB 3 METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.2 Identifikasi Variabel, Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.2.1 Identifikasi Variabel	26
3.2.2 Definisi Operasional	26
3.2.3 Pengukuran Variabel	28
3.3 Jenis dan Sumber Data	28
3.3.1 Jenis Data	28
3.3.2 Sumber Data	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 Kuesioner	29

3.4.2 Studi Pustaka	29
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	30
3.6 Analisis Data	31
3.6.1 Uji Kualitas Data	31
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	31
3.6.3 Regresi Linier Berganda	32
3.6.4 Pengujian Hipotesis	33
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Karakteristik Objek Penelitian	35
4.1.1 Gambaran Umum Wardah Lightening Series.....	35
4.1.2 Gambaran Umum Outlet Wardah di Matahari Dept. Store Plaza Madiun	36
4.2 Deskripsi Data	36
4.2.1 Deskripsi Responden	36
4.2.2 Deskripsi Variabel	38
4.3 Hasil Analisis Data	43
4.3.1 Uji Kualitas Data	43
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	44
4.3.3 Regresi Linier Berganda	46
4.3.4 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	48
4.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)	50
4.4 Pembahasan	50
4.4.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	50
4.4.2 Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian	51
BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN	53
5.1 Simpulan	53
5.2 Keterbatasan	53
5.3 Saran	53
5.3.1 Saran Akademis	54
5.3.2 Saran Praktis	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Usia	36
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Alamat	37
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan	37
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan	38
Tabel 4.5 Rentang Skala	39
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Promosi	39
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Kemasan Produk	40
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolonieritas	45
Tabel 4.12 Regresi Linier Berganda	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Total Penjualan E-Commerce di Indonesia	3
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	25
Gambar 4.1 Grafik Scatterplot	46
Gambar 4.2 Kurva Uji Parsial Penerimaan dan Penolakan Hipotesis 1	49
Gambar 4.3 Kurva Uji Parsial Penerimaan dan Penolakan Hipotesis 2	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Lampiran 2. Data Responden

Lampiran 3. Jawaban Responden

Lampiran 4. Analisis Data

Lampiran 5. Tabel r

Lampiran 6. Tabel t

Lampiran 7. Surat Izin Penelitian dan Surat Balasan

**PENGARUH PROMOSI DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN WARDAH *LIGHTENING SERIES* di
MATAHARI *DEPARTMENT STORE* PLAZA MADIUN**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh positif promosi dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Wardah *Lightening Series* di Matahari *Dept. Store* Plaza Madiun. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada pembeli Wardah *Lightening Series* di Matahari *Dept. Store* Plaza Madiun. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa promosi dan kemasan produk berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Semakin meningkat promosi dan kemasan produk yang digunakan, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Wardah *Lightening Series* di Matahari *Dept. Store* Plaza Madiun.

Kata Kunci: Promosi, Kemasan Produk, Keputusan Pembelian, Wardah *Lightening Series*

**THE EFFECT OF PROMOTION AND PRODUCT PACKAGING ON THE
PURCHASE DECISION OF WARDAH LIGHTENING SERIES at
MATAHARI DEPARTMENT STORE PLAZA MADIUN**

ABSTRACT

This study aims to examine the significance of the positive effect of promotion and product packaging on purchasing decisions. The population in this study were Wardah Lightening Series users at Matahari Dept. Store Plaza Madiun. The sample used was 100 respondents with purposive sampling technique. The data collection method in this study was by distributing questionnaires directly to the Wardah Lightening Series buyers at Matahari Dept. Store Plaza Madiun. The data analysis technique used multiple linear regression. The results of hypothesis testing indicate that product promotion and packaging have a significant positive effect on purchasing decisions. The more promotion and product packaging used, the greater the purchase decision for Wardah Lightening Series products at Matahari Dept. Store Plaza Madiun.

Keywords: Promotion, Product Packaging, Purchase Decision, Wardah Lightening Series