

**DESAIN KONTEN *VISUAL MARKETING*
BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN
(Studi Kasus di Toko Arrion Auto Care)**

SKRIPSI



Disusun oleh:

DIMAS HARYA KUSUMA

NIM: 41418002

**PROGRAM STUDI REKAYASA INDUSTRI (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Januari 2023**

**DESAIN KONTEN *VISUAL MARKETING*
BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN
(Studi Kasus di Toko Arrion Auto Care)**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Rekayasa Industri



Disusun oleh:
DIMAS HARYA KUSUMA
NIM: 41418002

PROGRAM STUDI REKAYASA INDUSTRI (KAMPUS KOTA MADIUN)
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Januari 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Skripsi Program Studi Rekayasa Industri Kampus Kota Madiun Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Program Studi Rekayasa Industri.

Atas Nama:

DIMAS HARYA KUSUMA

NIM: 41418002

Madiun, 12 Januari 2023

Tim Penguji Tugas Akhir:

Ir. Ch. Dian Indrawati, S. T., M. T.
NIDN. 0708057903



Ir. Th. Liris Windyaningrum, S. T., M. T.
NIDN. 0729077801



Ir. L. Anang Setiyo Waloyo, S.T., M.T.
NIDN. 0713117202



Mengesahui,
Wakil Dekan Fakultas Teknik

Ir. Ch. Dian Indrawati, S. T., M. T.
NIDN. 0708057903



HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui dan diterima baik oleh Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Rekayasa Industri Kampus Kota Madiun Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya guna melengkapi sebagian tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik Program Studi Rekayasa Industri.

Atas Nama:

DIMAS HARYA KUSUMA

NIM: 41418002

Madiun, 12 Januari 2023

Dosen Pembimbing Skripsi:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ir. L. Anang Setiwo W. S.T., M.T.
NIDN. 0713117202

Ir. Vinsensius W.T.P. S. T., M.M., IPM.
NIDN. 0729077801

Mengetahui,



Wakil Dekan Fakultas Teknik

Ir. Ch. Dian Indrawati, S. T., M. T.
NIDN. 0708057903



Ketua Prodi Rekayasa Industri

Ir. Ch. Dian Indrawati, S. T., M. T.
NIDN. 0708057903

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH
DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini.

Nama : Dimas Harya Kusuma

Nim : 41418002

Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Visual Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus di Toko *Arrian Auto Care*)

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia mendapatkan sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui juga bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai Undang-Undang Hak Cipta. Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Madiun 15 Desember 2022

Yang menyatakan


(Dimas Harya Kusuma)



UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI REKAYASA INDUSTRI

Jl. Manggis No. 15-17 Madiun 63131 Telp. (0351) 453328 – Fax (0351) 453167

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Dimas Harya Kusuma
2. NIM : 41418002
3. Fakultas : Teknik
4. Program Studi : Rekayasa Industri
5. Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Visual Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan (Studi Kasus di Toko Arrion Auto Care)
6. Tanggal Pengajuan Skripsi : 06 Juli 2022
7. Dosen Pembimbing I : Ir. Lorensius Anang Setiyo Waloyo, S.T., M.T.
8. Dosen Pembimbing II : Ir. Vinsensius Widdy Tri P, S. T., M.M., IPM
9. Konsultasi Skripsi :

No	Tanggal	Keterangan	Paraf Dosen Pembimbing	
			I	II
1.	1/05/22	Kuissoner segera disebar		
2.	29/11/22	Perbaiki Penulisan Bab 4 dan 5		
3.	1/12/22	Buat Penulisan Sesuai Pedoman		
4.	6/12/22	Metode Pengumpulan Data Dijelaskan Uji Analisis Sudah Ditentukan Saat Konsultasi		
5.	10/12/22	Analisis Validasi, Reliabel dan Regresi Uji T		
No		Keterangan	Paraf Dosen	

			Pembimbing	
			I	II
6.	13/12/22	Uji t ditambah grafik	f	
7.	13/12/22	Perbaiki Bab 4 Tujuan 2 sesuaikan dengan hasil		atm
8.	16/12/22	Acc Sidang	f	atm

10. Selesai Penyusunan Skripsi Tanggal:

Madiun, 15 Desember 2022

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Ir. Lorensius Anang Setiyo Waloyo, S.T., M.T.
NIDN. 0713117202

Ir. Vinsensius Widdy Tri Prasetyo, S.T., M.M., IPM
NIDN. 0729077801

Mengetahui,



Wakil Dekan Fakultas Teknik

Dr. Ch. Dian Indrawati, S.T., M.T.
NIDN. 0708057903



Ketua Padi Rekayasa Industri

Dr. Ch. Dian Indrawati, S.T., M.T.
NIDN. 0708057903

Desain Konten *Visual Marketing* Berdasarkan Preferensi Konsumen (Studi Kasus di Toko Arrion *Auto Care*). Oleh Dimas Harya Kusuma. Pembimbing Ir. Lorensius Anang Setiyo Waloyo, S.T., M.T. dan Ir. Vinsensius Widdy Tri Prasetyo, S. T., M. M. IPM. Program Studi Rekayasa Industri, Fakultas Teknik, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

ABSTRAK

Toko Arrion *Auto Care* ialah toko yang menjual produk perawatan bodi kendaraan. Toko Arrion *Auto Care* dalam bertransaksi sebagian besar hanya fokus pada penjualan *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konten *visual marketing* yang berpengaruh terhadap minat konsumen dalam membuat keputusan pembelian produk Arrion, lalu mendesain konten *visual marketing* produk Arrion. Populasi penelitian yaitu pelanggan yang berdomisili di Bekasi yang melakukan pembelian produk Arrion. Teknik pengambilan data sampel menggunakan *random sampling* sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *visual marketing* dari konten gambar, video dan infografis berpengaruh secara signifikan positif terhadap keputusan pembelian produk di Toko Arrion *Auto Care*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,713 artinya 71,3% pada variabel keputusan pembelian yang dapat dijelaskan oleh variabel *visual marketing* gambar, video dan infografis. Sedangkan 28,7% dapat disebabkan oleh variabel-variabel lain yang tidak masuk dalam persamaan model yang telah dibuat. Dalam penelitian ini variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Toko Arrion *Auto Care* adalah konten *visual marketing* gambar, karena skor rata-rata *visual marketing* gambar sebesar 4,202 lebih unggul dibanding jenis konten *visual marketing* video dan infografis. Maka peneliti melakukan desain *layout visual marketing* gambar terbaru yang lebih menarik ke pihak Toko Arrion *Auto Care* agar dapat dipakai sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan produk Arrion.

Kata Kunci: *Visual Marketing, Purchasing Decisions, Visual Marketing Design Images.*

Visual Marketing Content Design Based on Consumer Preference (Case Study at Arrion Auto Care Store). By Dimas Harya Kusuma. Supervisor Ir. Lorensius Anang Setiyo Waloyo, S.T., M.T. and Ir. Vincent Widdy Tri Prasety, S. T., M. T. Industrial Engineering Study Program, Faculty of Engineering, Widya Mandala Catholic University Surabaya Madiun City

ABSTRACT

Arrion Auto Care Store is a shop that sells vehicle body care products. The Arrion Auto Care store in transactions mostly only focuses on online sales. This study aims to analyze visual marketing content that influences consumer interest in making purchasing decisions for Arrion products, then design visual marketing content for Arrion products. The research population is customers who live in Bekasi who purchase Arrion products. The sample data collection technique uses random sampling of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. The results showed that visual marketing of image, video and infographic content had a significantly positive effect on product purchasing decisions at the Arrion Auto Care Store. The coefficient of determination (R^2) is 0.713, meaning 71.3% in the purchasing decision variable which can be explained by the visual marketing variables of images, videos and infographics. While 28.7% can be caused by other variables that are not included in the model equation that has been made. In this study, the variable that most dominantly influenced purchasing decisions at the Arrion Auto Care Store was visual marketing image content, because the average visual marketing image score of 4.202 was superior to video and infographic visual marketing content types. So the researchers designed a new, more attractive visual marketing image layout for the Arrion Auto Care Store so that it could be used as a promotional medium to increase sales of Arrion products.

Keywords: Visual marketing, Purchasing Decisions, Visual Marketing Design Images.

MOTTO

“Kebenaran mungkin bisa kalah, tapi tidak mungkin bisa salah”

(Dimas HK)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan limpahan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*The Influence of Visual Marketing Content on Customer Decisions (Studi Kasus di Toko Arrion Auto Care)*” dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas teknik, Program Studi Rekayasa Industri, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dorongan serta bimbingan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis memohon izin untuk mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan atas segala dukungan, baik berupa moril maupun materil yang telah diberikan. Adapun pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini antara lain sebagai berikut.

1. Ibu Ir. Chatarina Dian Indrawati, S. T., M. T. Selaku Wakil Dekan, Ketua Program Studi Rekayasa Industri Fakultas Teknik Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya Kampus Kota Madiun.
2. Bapak Ir. L. Anang Setiyo W, S. T., M. T. Selaku dosen pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dan saran kepada penulis selama berlangsungnya pengerjaan skripsi.
3. Bapak Ir. Vinsensius Widdy T.P, S. T., M. M. IPM. Selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan kritikan, saran dan motivasi kepada penulis selama berlangsungnya pengerjaan skripsi.
4. Aan Diki Pratama dan Alfian Candra Sang Aji selaku Pemilik dari Toko *Arrion Auto Care* yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
5. Rekan-rekan kerja saya di Toko *Arrion Auto Care* yang telah memberikan dukungan dan masukan saat melaksanakan penelitian.

6. Bapak, Ibu, Adik, dan Calon Istri saya yang telah memberikan dukungan secara penuh, semangat dan doa.
7. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu atas segala dukungan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang telah membantu proses penyusunan skripsi.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam pemahaman keilmuan semoga bisa menjadi referensi khususnya bagi Toko *Arrion Auto Care* Madiun. Oleh karena itu, Peneliti sangat mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun sehingga dapat membantu mengembangkan diri serta menyempurnakan isi dari skripsi ini

Madiun, 12 Januari 2023

Hormat saya,



Dimas Harya Kusuma

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGASAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PULIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah.....	3
1.6 Asumsi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penyusunan Tugas Akhir.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Pemasaran visual (<i>Visual Marketing</i>)	6
2.2 Keputusan Pembelian.....	7
2.2.1 Indikator Keputusan Pembelian	8
2.3 Kuesioner	9
2.3.1 Skala Pengukuran (<i>Likert</i>).....	9

2.3.2 Teknik Sampling/Sampel (Random).....	9
2.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif	10
2.4 <i>Software</i> SPSS.....	10
2.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	10
2.6 Uji Regresi Linier Berganda	11
2.7 Desain.....	12
2.7.1 Morphological Chart.....	12
2.8 Penelitian Terdahulu	13
2.8.1 Penelitian Sekarang	14
2.9 Hipotesis.....	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Desain Penelitian	16
3.2 Alur Penelitian	17
3.3 Deskripsi Penelitian	18
3.3.1 Studi Pendahuluan.....	18
3.3.2 Rumusan Masalah	18
3.3.3 Tujuan Penelitian.....	18
3.3.4 Pengumpulan Data	18
3.3.5 Pengolahan Data.....	19
3.3.6 Analisis Statistik Deskriptif Kuantitatif	19
3.3.7 Kesimpulan dan Saran.....	19
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	20
4.1 Pengumpulan Data	20
4.1.1 Gambaran Umum Toko <i>Arrion Auto Care</i>	20
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	20
4.1.3 Hasil Kuesioner	22
4.2 Pengolahan Data	22
4.2.1 Karakteristik/Deskripsi Responden.....	22
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	24
4.2.3 Analisis Data	29

BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	45
5.1 Analisis Konten <i>Visual Marketing</i> Yang Berpengaruh Terhadap Minat Konsumen Dalam Membuat Keputusan Pembelian Produk Arrion	45
5.2 Perbandingan Desain Konten <i>Visual Marketing</i> Lama Produk Produk Arrion Dengan Konten <i>Visual Marketing</i> Terbaru Produk Arrion.....	45
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	48
6.1 Kesimpulan	48
6.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Perbandingan Responden (Jenis Kelamin)	23
Tabel 4.1.1 Perbandingan Responden Berdasarkan Rentang Usia	23
Tabel 4.1.2 Perbandingan Responden Dari <i>Platform</i>	24
Tabel 4.2 Variabel <i>Visual Marketing</i> (Analisis Deskriptif).	25
Tabel 4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	27
Tabel 4.2.2 Uji Validitas Variabel <i>Visual Marketing</i>	29
Tabel 4.2.3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	30
Tabel 4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas	31
Tabel 4.2.5 Hasil Uji Normalitas	32
Tabel 4.2.6 Hasil Regresi Linier Berganda.....	33
Tabel 4.2.7 Hasil Koefisien Korelasi Dan Determinasi	34
Tabel 4.3 Hipotesis dengan uji t.....	35
Tabel 4.3.1 Hipotesis Uji f	37
Tabel 4.4 Kombinasi Solusi Perancangan Desain Visual Marketing Gambar.....	41
Tabel 5.1 Perbandingan Desain Lama Dan Desain Baru Visual Marketing Gambar Produk Arrion	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Rasio Kriteria Variabel.....	10
Gambar 2.2 Contoh Morphological Chart	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian.....	15
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	17
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Arrion Auto Care	21
Gambar 4.2 <i>Normal Probability lot</i>	32
Gambar 4.3 Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Variabel	36
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Variabel	36
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan/Penolakan Variabel	37
Gambar 4.6 Sketsa Desain Gambar satu	40
Gambar 4.6.1 Sketsa Desain Gambar Dua.....	40
Gambar 4.6.2 Sketsa Desain Gambar Tiga	41
Gambar 4.7 Desain Konten Visual Marketing Gambar Satu	42
Gambar 4.7.1 Desain Konten Visual Marketing Gambar Dua	43
Gambar 4.7.2 Desain Konten Visual Marketing Gambar Tiga.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	Kuisoner Penelitian <i>Google Form</i>
LAMPIRAN II	Hasil Pengolahan Data di SPSS
LAMPIRAN III	Foto Toko Arrion <i>Auto Care</i>