

***The Influence of Product Packaging Design and
Online Customer Review on Brand Awareness and
Their Impact on Online Purchase Intention***

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana



Azriel Rasyidi Akbar

NIM. B1021191091

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
(2023)**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Azriel Rasyidi Akbar
NIM : B1021191091
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Proposal : *The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul tersebut di atas, secara keseluruhan adalah murni karya penulis sendiri dan bukan plagiat dari karya orang lain, kecuali bagian-bagian yang dirujuk sebagai sumber pustaka sesuai dengan panduan penulisan yang berlaku (lembar hasil pemeriksaan plagiat terlampir). Apabila di dalamnya terbukti penulis melakukan plagiat, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis yang dapat berakibat pada pembatalan Skripsi dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pontianak, 26 Januari 2023

Azriel Rasyidi Akbar



NIM. B1021191091

PERTANGUNGJAWABAN SKRIPSI

Nama : Azriel Rasyidi Akbar
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : Senin, 30 Januari 2023

Judul Skripsi : *The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention*

Menyatakan bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Pontianak, 26 Januari 2023



Azriel Rasyidi Akbar

NIM. B1021191091

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : *The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention*

Ini diajukan oleh:

Nama : Azriel Rasyidi Akbar
Jurusan : Manajemen
Program Studi : S1 Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Tanggal Ujian : Senin, 30 Januari 2023

Dinyatakan telah memenuhi persyaratan dan lulus oleh Majelis Penguji dalam Ujian Skripsi dan Komprehensif untuk memperoleh gelar Sarjana.

MAJELIS PENGUJI

Majelis Penguji**	Nama	Tgl/Bln/Thn	Tanda Tangan
Penguji	Dr. Maria Christiana I. K, SE.,M.M. NIP. 196905152000032001	13/02/22	
Penguji	Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si. NIP.197305012003122001	13/02/22	
Penguji	Bintoro Bagus Purmono, S.E.,M.M. NIP. 199205082019031006	13/02/22	
Penguji	Dr. Titik Rosnani, SE, M.Si NIP. 196810211994032003	13/02/22	

Pontianak, 17 FEB 2023

Mengetahui
Ketua Program Studi

Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si
NIP. 197407251998022001

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul " Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Tinjauan Pelanggan Online terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Online " yang disusun sebagai syarat akademis dalam meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin diselesaikan dengan baik tanpa dukungan, bantuan, bimbingan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan terima kasih pada:

1. Prof. Dr. H. Garuda Wiko S.H., M.Si, selaku Rektor Universitas Tanjungpura, Pontianak.
2. Dr. Barkah, S.E, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
3. Dr. Titik Rosnani, S.E., M.Si., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
4. Heriyadi, S.E., M.E., Ph.D., selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
5. Dr. Erna Listiana, S.E., M.Si., selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
6. Dr. Maria Christiana I. K, S.E., M.M., sebagai Dosen Pembimbing Akademik Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura Pontianak.
7. Dr. Hj. Juniwati, SE., M.P., sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, nasehat didalam penulisan skripsi.
8. Dr. Nur Afifah, S.E., M.Si., sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, nasehat didalam penulisan skripsi.

9. Dr. M. Irfani Hendri, S.E., M.Si., sebagai Dosen Penguji yang telah memberikan arahan, nasehat didalam penulisan skripsi.
10. Bintoro Bagus Purmono, S.E., M.M., sebagai Dosen yang telah memberikan arahan, nasehat didalam penulisan skripsi.
11. Delia Fabiola, Firanda, Kevin, Mahrus, Ghifari sebagai teman yang telah memberikan nasehat didalam penulisan skripsi

“Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for... for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and tryna give more than I receive, I wanna thank me for tryna do more right than wrong, I wanna thank me for just being me at all time.”

Snopp Dogg.

Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Tinjauan Pelanggan Online terhadap Kesadaran Merek Dan Dampaknya Terhadap Minat Beli Online

¹Azriel Rasyidi Akbar

¹Manajemen

ABSTRAK

Penelitian tentang Produk Skincare di dunia khususnya di Indonesia sangat menarik dilakukan. Hal ini dikarenakan adanya perubahan perilaku konsumen yang selalu ingin tampil menarik dalam setiap kondisi apapun. Perilaku konsumen dalam berbelanja juga berubah, hal ini dipengaruhi oleh adanya perkembangan teknologi sehingga berdampak pada penjualan produk skincare. Tujuan penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk mengeksplor bagaimana pengaruh variabel product packaging design dan online customer review terhadap online purchase intention melalui brand awarness baik langsung maupun tidak langsung. Data dikumpulkan dari 200 orang di Indonesia yang mengetahui tentang produk Scarlett Whitening sebagai sampel yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling, sedangkan teknik analisis yang digunakan SEM AMOS 26. Temuan utama dalam penelitian ini adalah Product Packaging Design dan Online Customer Review berpengaruh positif dan signifikan terhadap Online Purchase Intention produk Scarlett Whitening melalui Brand Awareness di Indonesia.

Kata Kunci : Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online, Kesadaran Merk, Minat Beli Online

***The Influence of Product Packaging Design and Online Customer Review on
Brand Awareness and Their Impact on Online Purchase Intention***

¹Azriel Rasyidi Akbar

¹Management

ABSTRACT

Extensive research on skin care products, particularly in Indonesia, is intriguing. It is as a result of alterations in behavior that consumers always desire to appear attractive. Due to technological advancements, shopping habits have also changed, impacting the sales of skincare products. This study aimed to investigate the direct and indirect impacts of product packaging design and online customer review on online purchase intention mediated through brand awareness. Data were collected from 200 people in Indonesia who were familiar with Scarlett Whitening products. They were selected using a purposive sampling technique. Afterward, the collected data were analyzed using the SEM AMOS 26. The primary findings in this study were that Product Packaging Design and Online Customer Review had a positive and significant impact on the Online Purchase Intention of Scarlett Whitening products mediated through Brand Awareness in Indonesia.

Keywords : *Product Packaging Design, Online Customer Review, Brand Awareness, Online Purchase Intention*

RINGKASAN

1. Latar Belakang

Permintaan Produk Kecantikan di Indonesia sejak tahun 2019 naik dengan pesat, tidak hanya produk internasional, produk local juga diminati masyarakat Indonesia terutama pada Produk Kecantikan Lokal Scarlett Whitening. Dengan berkembangnya teknologi informasi, cara memasarkan sebuah produk juga sudah berubah, calon konsumen sekarang lebih suka melihat review online konsumen lain untuk menjadi refrensi untuk membeli sebuah produk. Dengan hal ini konsumen juga dapat mengingat sebuah brand yang ingin dibelinya. Desain Kemasan yang menarik juga dapat membuat calon konsumen mengingat sebuah brand, dan ketika calon konsumen mengingat sebuah brand hal ini menaikkan presentase terjualnya sebuah produk. Hal ini membuktikan bahwa Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online berpengaruh terhadap Kesadaran Merk dan berdampak pada Niat Beli Online seorang calon konsumen. Minat Beli Produk Kecantikan di Indonesia meningkat sejak tahun 2019, terdapat banyak hal yang menyebabkan hal itu terjadi, maka implikasi penelitian ini dapat mendukung dalam mencapai tujuan dari variable penelitian ini, yaitu Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online, Kesadaran Merk dan dampaknya terhadap Niat Beli Online.

2. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Desain Kemasan Produk terhadap Kesadaran Merk
- b. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Desain Kemasan Produk terhadap Minat Beli Online
- c. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Desain Kemasan Produk terhadap Minat Beli Online yang di mediasi oleh Brand Awareness
- d. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Tinjauan Pelanggan Online terhadap Kesadaran Merk
- e. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Tinjauan Pelanggan Online terhadap Minat Beli Online

- f. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Tinjauan Pelanggan Online terhadap Minat Beli Online yang di mediasi oleh Kesadaran Merk
- g. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kesadaran Merrk terhadap Minat Beli Online

3. Metode Penelitian

Penentuan data dalam penelitian ini dibantu menggunakan kuesioner, dengan skala likert pada penilaian lima poin (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = cukup setuju, 4 = setuju, 5 = sangat setuju). Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden. Penelitian ini di analisis menggunakan metode Structural Equation Modeling (SEM) melalui AMOS 26. Yaitu pengujian model hubungan antar variabel yang terkait dengan model pengukuran, memperoleh model yang sesuai untuk prediksi yang berkaitan dengan analisis model structural, serta pengecekan validitas dan reliabilitas instrumen terkait analisis faktor konfirmatori. Kecocokan keseluruhan model diukur menggunakan chi square (χ^2), root mean squared residual (RMR), goodness of fit index (GFI), Tucker Lewis Index (TLI), Incremental Fit Index (IFI), Comparative Fit Index (CFI), Normed Fit Index (NFI)

4. Hasil Penelitian

Penelitian ini menganalisis model segitiga antara empat varibel (Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online Terhadap Kesadaran Merk dan dampaknya terhadap Minat Beli Online). Model menguji pengaruh keseluruhan antara keempat variable, pengaruh langsung antara Desain Kemasan Produk, tinjauan Pelanggan Online, Kesadaran Merk terhadap Niat Beli Online, serta pengaruh tidak langsung antara Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online terhadap Niat Beli Online dengan Kesadaran Merk sebagai mediasi. Model secara keseluruhan saling berkaitan dan mendukung ketujuh hipotesis dalam penelitian ini

5. Kesimpulan serta Implikasi Penelitian

Berpengaruhnya Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online, Kesadaran Merk terhadap Niat Beli Online dapat menunjukkan bahwa Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online dan Kesadaran Merk dapat menjadi penyebab

Niat Beli Online. Tetapi, Kesadaran Merk adalah variabel mediasi Desain Kemasan Produk dan Niat Beli Online produk Scarlett Whitening di Indonesia. Artinya Desain Kemasan Produk, Tinjauan Pelanggan Online Berpengaruh terhadap Kesadaran Merk dan Niat Beli Online produk Scarlett Whitening di Indonesia.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL.....	I
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	II
PERTANGUNGJAWABAN SKRIPSI.....	III
PENGESAHAN SKRIPSI.....	IV
UCAPAN TERIMA KASIH.....	V
ABSTRAK.....	VIII
RINGKASAN.....	X
DAFTAR ISI.....	XIII
DAFTAR TABEL.....	XV
DAFTAR GAMBAR.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XVII
DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH.....	XVIII
ISI KARYA AKHIR.....	1
1. INTRODUCTION.....	10
2. LITELATURE REVIEW.....	12
2.1 Online Purchase Intention.....	11
2.2 Product Packaging Design.....	11
2.3 Online Customer Review.....	11
2.4 Brand Awarness.....	11
Empirical Model.....	12
2.5 Product Packaging Design on Brand Awarness and Online Purchase Intention.....	12
2.6 Online Customer Review on Brand Awarness and Online Purchase Intention.....	12
2.7 Brand Awarness on Online Purchase Intention.....	12
3. RESEARCH METODOLOGY.....	12
4. RESULT AND DISCUSSION.....	13
4.1 Respondent Characteristics.....	13

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Respondent Characteristics.....	13
Tabel 2 Measurement Model Results.....	14
Tabel 3 Goodness of Fit Index.....	15
Tabel 4 Hypotheses Testing.....	16
Tabel 5 Sobel Test – Significance of Mediation.....	17

4.2 Measurement and Structural Model.....	14
5. CONCLUSION.....	17
6. ACKNOWLEDGEMENTS.....	17
7. REFERENCES.....	17
LAMPIRAN.....	1

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1 Full Structural Model Tests.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Lampiran SK Dekan.....	1
Lampiran 2 Lampiran LOA.....	10
Lampiran 3 Lampiran Dokumen Informasi Artikel.....	12
Lampiran 4 Lampiran Kuesioner.....	14
Lampiran 5 Lampiran Data.....	19
Lampiran 6 Lampiran Olah Data.....	29

DAFTAR SINGKATAN DAN ISTILAH

1. Daftar Singkatan

<i>AVE</i>	: <i>Avariance Extracted</i>
<i>CMIN</i>	: <i>Minimmmum sampel discrepancy function</i>
<i>CR</i>	: <i>Construct Realibility</i>
<i>DF</i>	: <i>Degree of Freedom</i>
<i>IFI</i>	: <i>Incremental Fit Index</i>
<i>NFI/CFI</i>	: <i>Proposed model/Null model</i>
<i>SLF</i>	: <i>Standard Loading Factor</i>
<i>OCR</i>	: <i>Online Customer Review</i>
<i>PPD</i>	: <i>Product Packaging Design</i>
<i>BA</i>	: <i>Brand Awariness</i>
<i>OPI</i>	: <i>Online Purchase Intention</i>

2. Daftar Istilah

<i>OCR</i>	: Tinjauan Pelanggan Online, Komentar atau Riview pelanggan pada sebuah produk.
<i>PPD</i>	: Desain Kemasan Produk, Desain pada kemasan.
<i>BA</i>	: Kesadaran Merk, Daya Ingat Seseorang pada sebuah merk
<i>OPI</i>	: Niat Beli Online, Tahapan seseorang sebelum membeli sebuah produk.