



**HUBUNGAN DAYA TARIK KEMASAN BOTOL PADA
TEH GELAS DENGAN PEMBELIAN KONSUMEN
(SURVEY PADA SISWA SMK 28 OKTOBER 1928)**

SKRIPSI

BUDI KARSETIO WIBOWO

1110411027

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2015



**HUBUNGAN DAYA TARIK KEMASAN BOTOL PADA
TEH GELAS DENGAN PEMBELIAN KONSUMEN
(SURVEY PADA SISWA SMK 28 OKTOBER 1928)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**

BUDI KARSETIO WIBOWO

1110411027

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

2015

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Budi Karsetio Wibowo
NRP : 1110411027
Tanggal : 26 Januari 2015

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Januari 2015

Yang Menyatakan,



Budi Karsetio Wibowo

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI INI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Budi Karsetio Wibowo
NRP : 1110411027
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

HUBUNGAN DAYA TARIK KEMASAN BOTOL PADA TEH GELAS DENGAN PEMBELIAN KONSUMEN (SURVEY PADA SISWA SMK 28 OKTOBER 1928)

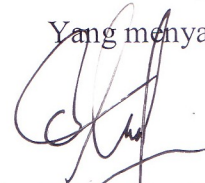
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal :

Yang menyatakan,

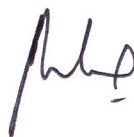


Budi Karsetio Wibowo

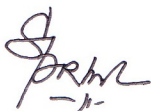
PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Budi Karsetio Wibowo
NRP : 111.0411.027
Program Studi : Ilmu Komunikasi – *Advertising*
Judul : Hubungan Daya Tarik Kemasan Botol pada Teh Gelas dengan Pembelian Konsumen (Survey pada : SMK 28 Oktober 1928).



Dr. Fredy B. L. Tobing
Ketua Penguji



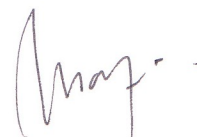
Drs. Supratman, M.Si
Penguji I



Dr. Sri Desti Purwatiningsih
Penguji II (Pembimbing)



Dr. Fredy B. L. Tobing
Dekan



Dra. Siti Maryam, M.Si
Ka. Prodi

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Januari 2015

HUBUNGAN DAYA TARIK KEMASAN BOTOL PADA TEH GELAS DENGAN PEMBELIAN KONSUMEN (SURVEY PADA SISWA SMK 28 OKTOBER 1928)

Budi Karsetio Wibowo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan daya tarik kemasan botol pada Teh Gelas dengan pembelian konsumen. Teori Dasar dalam penelitian ini meliputi, teori periklanan dan kemasan. Jenis Penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan metode *Survei Eksplanatif*. Populasi dari penelitian ini adalah siswa dan siswi dari SMK 28 Oktober 1928 yang berjumlah 566 orang, teknik pengambilan sample dengan menggunakan teknik *Propositional Stratified Sampling*, kemudian besar jumlah sample yang diambil berdasarkan perhitungan menggunakan Rumus Slovin menggunakan dengan tingkat presisi 10%, diperoleh 85 responden. Teknik Pengumpulan Data yaitu dengan menyebarkan kuesioner, melakukan observasi atau pengamatan serta studi kepustakaan. Teknis Analisis Data menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y. Hasil Penelitian menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment menunjukkan adanya hubungan antara kemasan botol pada Teh gelas dengan pembelian konsumen. Untuk nilai signifikansi 0,05 dengan tabel r yaitu 0,735. Nilai hasil perhitungan dengan rumus Pearson, yaitu $0,735 > 0,211$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan dari penelitian ini terdapat hubungan antara daya tarik kemasan botol pada Teh Gelas dengan pembelian konsumen. Saran, PT Orang Tua Group dengan produknya Teh Gelas dapat terus berkreasi dalam membuat inovasi kemasan agar lebih dapat menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci : Hubungan, Daya Tarik

**Relations Attractiveness Packing a Bottle on Teh Gelas
With The Purchase of The Consumer
(Survey On The Kids 28 Oktober 1928)**

Budi Karsetio Wibowo

Abstract

Research, this aims to understand the relation of appeal in a bottle of packaging Teh Gelas with the purchase of consumers. Basic Theories, in this research are the theory of advertising and packaging. A Kind of Research, this is the quantitative with a method of surveying eksplanatif. The population of this research is that students of smkn 28 October 1928 in 566 people, of the sample to use sampling techniques proposional stratified, then many sample taken based on calculations using formulas slovin using precision 10 %, with low acquired 85 respondents. Data Collection Techniques, with spreads questionnaires as do observation. Technical Data Analysis of variable variable x and y. Research Result, with using formulas correlation pearson product moment indicating the existence of the relationship between packing a bottle on Teh Gelas with the purchase of consumers .To value significance 0.05 with tables r namely 0,735 .The value of the result of reckoning with the formula pearson, namely $0,735 > 0,211$ then H_0 were rejected and H_a accepted. Suggestion, PT. Orang Tua group with their products can continue to create a Teh Gelas in making the packaging innovation so that consumers can draw more attention.

Key Word: Relations, Attractiveness

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak bulan November tahun 2014 ini adalah “Hubungan Daya Tarik Kemasan Botol Pada Teh Gelas dengan Pembelian Konsumen” (Survey pada Siswa SMK 28 oktober 1928). Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Sri Desti selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran yang sangat bermanfaat.

Disamping itu, ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Ayahanda Ir, Bambang Setiyotomo dan Ibunda Karwati serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan penulis semangat dan doa. Penulis juga sampaikan terima kasih kepada teman-teman yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Jakarta, 26 Januari 2015

Penulis

Budi Karsetio Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Perumusan Masalah	3
I.3 Tujuan Penelitian	4
I.4 Manfaat Penelitian	4
I.5 Sistematik Penulisan	4
BAB II KAJIAN TEORITIS	6
II.1 Dasar Teori	6
II.2 Kemasan	9
II.3 Definisi Konsep	13
II.4 Kerangka Berpikir	16
II.5 Hipotesis Penelitian	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18
III.1 Jenis Penelitian	18
III.2 Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	18
III.3 Metode Pengumpulan Data	21
III.4 Definisi Operasional	22
III.5 Teknik Analisis Data	25
III.6 Metode Pengujian Instrumen	26
III.7 Waktu dan Lokasi Penelitian	32
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
IV.1 Sejarah Perusahaan Orang Tua Group.....	33
IV.2 Karakteristik Responden.....	38
IV.3 Analisis Pernyataan Daya Tarik Kemasan Botol pada Teh Gelas	39
IV.4 Analisis Pernyataan Pembelian Konsumen	45

IV.5 Analisis Daya Tarik Kemasan Botol pada Teh Gelas	52
IV.6 Analisis Pembelian Konsumen	53
IV.7 Analisis Korelasi	54
IV.8 Pengujian Hipotesis	55
IV.9 Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP.....	58
V.1 Kesimpulan	58
V.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Populasi Penelitian	18
Tabel 2	Sample Penelitian <i>Proposional Stratified Sampling</i>	20
Tabel 3	Operasional Variabel Penelitian	24
Tabel 4	Nilai Jawaban dari Pembobotan	25
Tabel 5	Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai	26
Tabel 6	Uji Validitas Variable X	27
Tabel 7	Uji Validitas Variable Y	28
Tabel 8	Tingkat Reabilitas berdasarkan Nilai Alpha Cronbach's	30
Tabel 9	Uji Reabilitas Variable X	30
Tabel 10	Reliability Statistics	31
Tabel 11	Uji Reabilitas Variable Y	31
Tabel 12	Reliability Statistics	31
Tabel 13	Produk-Produk PT. Orang Tua	37
Tabel 14	Jenis Kelamin Responden	38
Tabel 15	Usia Responden	38
Tabel 16	Kemasan Botol pada Teh Gelas memiliki kombinasi warna yang menarik	39
Tabel 17	Ukuran Teh Gelas kemasan botol praktis dan mudah dibawa kemana-mana	40
Tabel 18	Kemasan botol sudah baik dan mudah digenggam	40
Tabel 19	Kemasan botol pada Teh Gelas menginformasikan keunggulan teh	41
Tabel 20	Slogan Teh Gelas kemasan botol mudah diingat	42
Tabel 21	Kemasan botol pada Teh Gelas memiliki desain yang mudah diingat	42
Tabel 22	Teh Gelas kemasan botol memiliki nilai ketertarikan yang dapat memenuhi kebutuhan/kesenangan yang di dapat dari menggunakan produk tersebut	43
Tabel 23	Kemasan botol pada Teh Gelas melindungi dari kerusakan dan memiliki kualitas yang baik	44
Tabel 24	Kemasan botol pada produk Teh Gelas mudah disimpan dan tahan lama	44
Tabel 25	Setelah melihat iklan Teh Gelas kemasan botol saya tertarik	45
Tabel 26	Setelah mengetahui Teh Gelas mengeluarkan kemasan botol anda berkeinginan untuk membeli	46
Tabel 27	Teh Gelas kemasan botol menarik perhatian	46
Tabel 28	Setelah melihat kemasan botol pada Teh Gelas anda mencari tahu lebih dalam tentang produk tersebut	47
Tabel 29	Harga Teh Gelas kemasan botol terjangkau	48

Tabel 30	Anda dapat dengan mudah mendapatkan produk Teh Gelas kemasan botol	48
Tabel 31	Setelah melihat produk Teh Gelas kemasan botol anda berkeinginan untuk membeli	49
Tabel 32	Setelah anda mendapatkan informasi dari kemasan produk Teh Gelas kemasan botol anda membelinya	50
Tabel 33	Anda menyukai rasa dari Teh Gelas kemasan botol	50
Tabel 34	Anda merekomendasikan kepada orang lain tentang produk Teh Gelas kemasan botol	51
Tabel 35	Anda berkeinginan untuk membeli lagi	52
Tabel 36	Daya Tarik Kemasan Botol pada Teh Gelas	53
Tabel 37	Pembelian Konsumen	54
Tabel 38	Uji Korelasi <i>Pearson Product Moment Correlations</i>	55

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Riset
- Lampiran 2 Surat Diterima (izin) Riset