

**ANALISIS PENGARUH KEMASAN, MEREK, DAN VARIASI PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK YOU C1000**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana  
Manajemen**



**SITI ROHMAH**

**1171001135**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE JAKARTA**

**2021**

## HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS

---

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,  
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
Telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama** : Siti Rohmah

**NIM** : 1171001135

**Tanda Tangan** : 

**Tanggal** : 16 Januari 2022

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

---

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Siti Rohmah

Nim : 1171001135

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kemasan, Merek, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk You C1000

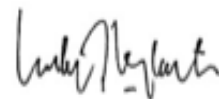
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Jerry Heikal, ST, MM.



Penguji 1 : Imbang J. Mangkuto, Ir., M.B.A., M.Si.



Penguji II : Gunardi Endro, Ph.D.



Ditetapkan : Bekasi

Tanggal : 08 Februari 2022

## KATA PENGANTAR

Tiada kata yang paling indah selain puji dan rasa syukur kepada Allah SWT, yang telah menentukan segala sesuatu berada di tangan-Nya, sehingga tidak ada setetes embun pun dan segelintir jiwa manusia yang lepas dari ketentuan dan ketetapan-Nya. Alhamdulillah atas hidayah dan inayah-Nya, penulis ini dapat menyelesaikan penyusunan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kemasan, Merek, Dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk You C1000.”

Penulisan Tugas Akhir ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan ini sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini. Pada kesempatan ini, dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu penelitian selama pelaksanaan Tugas Akhir, di antaranya:

1. Allah SWT dan Kedua Orang Tua penulis yang tidak henti-hentinya selalu memberikan dukungan baik dari segi materi maupun moral, doa serta motivasi kepada penulis dan juga senantiasa mendoakan penulis sehingga penulis ini dapat menyelesaikan Tugas Akhir.
2. Bapak M. Taufik Amir, SE., MM., Pd.D. Selaku Ketua program Studi Manajemen Universitas Bakrie.
3. Bapak Dr. Jerry Heikal, ST, MM. Selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan ilmu, arahan, sarah, serta bimbingan yang sangat bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini.
4. Pada Dosen Jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie.
5. Teman-teman semasa perkuliahan di Universitas Bakrie yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah mewarnai hidup penulis selama masa perkuliahan.
6. Teman-teman terkedat Atik, Ivenna, Githa, Adel, Roro, Riska, Calvin, Eric, M. Haqi Nazili, Yulian, Gilang, dan Rifqy yang sudah mendukung saya untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Semua pihak terkait yang telah membantu dan mendukung penulis dalam penulisan skripsi ini. Dan
8. 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, and I wanna thank me for, for never quitting.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Namun, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi penelitian berikutnya. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Bekasi, 16 Januari 2022

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Siti Rohmah', enclosed within a light gray rectangular border.

Siti Rohmah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan  
dibawah ini:

Nama : Siti Rohmah  
Nim : 1171001135  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah sayayang berjudul:

**“Analisis Pengaruh Kemasan, Merek, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan  
Konsumen Pada Produk You C1000.”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas loyalty Noneklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelolah dalam bentuk pangkal data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis,

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Bekasi  
Pada tanggal : 08 Februari 2022

Yang Menyatakan



Siti Rohmah

**ANALISIS PENGARUH KEMASAN, MEREK, DAN VARIASI PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK YOU C1000**

Siti Rohmah

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan, merek, dan variasi produk terhadap kepuasan konsumen pada produk You C1000. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 120 responden. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner yang telah diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan Regresi Logistic Binomial. Hasil dari parameter estimates skala Puas (P), dan skala sangat puas (SP) variabel kemasan tidak berpengaruh positif dan signifikan, untuk variabel merek pada skala puas (P), sangat puas (SP) tidak berpengaruh positif dan signifikan, untuk variabel variasi produk pada skala puas (P), sangat puas (SP) tidak berpengaruh positif dan signifikan. Hasil dari pseudo r-Square menunjukkan bahwa kemasan, merek, dan variasi produk secara serentak berpengaruh positif dan signifikan.

**Kata Kunci:** Kemasan, Merek, Variasi Produk dan Kepuasan Konsumen.

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF PACKAGING, BRAND, AND PRODUCT VARIATIONS ON CUSTOMER SATISFACTION ON YOU C1000 PRODUCTS**

Siti Rohmah

---

**ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of packaging, brand, and product variations on consumer satisfaction on the You C1000 product. The number of samples in this study were 120 respondents. This study uses primary data obtained through filling out questionnaires that have been tested with validity and reliability tests. Data analysis using Binomial Logistic Regression. The results of the parameter estimates on the Satisfied (P) scale, and the very satisfied (SP) scale, the packaging variable has no positive and significant effect, for the brand variable on the satisfied (P) scale, very satisfied (SP) has no positive and significant effect, for the product variation variable. on the satisfied scale (P), very satisfied (SP) has no positive and significant effect. The results of the pseudo r-Square show that the packaging, brand, and product variations simultaneously have a positive and significant effect.*

**Keywords:** *Packaging, Brand, Product Variation and Consumer Satisfaction.*



## DAFTAR ISI

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	6
2.1.1 Pengertian Produk.....	6
2.1.2 Kemasan (packaging) .....	6
2.1.2.1 Dimensi dan Indikator Kemasan .....	6
2.1.3 Merek (brand) .....	7
2.1.3.1 Dimensi dan Indikator Merek.....	7
2.1.4 Variasi produk (product variation) .....	8
2.1.4.1 Dimensi dan Indikator Variasi produk .....	8
2.1.5 Kepuasan Konsumen .....	8
2.1.5.1 Alat Ukur Kepuasan Konsumen .....	9
2.1.5.2 Aspek-Aspek Yang Terjadi Dalam Kepuasan Konsumen .....	9
2.1.5.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.5.4 Dimensi dan Indikator Kepuasan Konsumen .....	10
2.2 Tinjauan Pustaka Terikat Penelitian Terdahulu .....	11
2.3 Kerangka Pemikiran .....	14
2.4 Hipotesis Penelitian.....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
3.1 Metode Penelitian.....	16
3.2 Populasi dan Sampel .....	16

3.2.1 Populasi .....	16
3.2.2 Sampel .....	16
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	17
3.3.1 Data Primer .....	17
3.3.1 Data Sekunder.....	17
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	17
3.5 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	18
3.5.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas.....	18
3.5.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat .....	18
3.5.3 Operasional Variabel .....	18
3.6 Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1 Uji Instrumem.....	20
3.6.2 Analisis Regresi Logistik Binomial atau Biner .....	20
3.6.3 Uji Kelayakan Model.....	21
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	21
3.6.5 Uji Wald .....	21
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>23</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	23
4.1.1 Uji Validitas.....	23
4.1.2 Uji Realiabilitas .....	24
Tabel 4.3 Kuesioner Uji Reliabilitas .....	24
4.2 Statistik Deskriptif Karakteristik Responden.....	24
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	24
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	25
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	25
4.3 Statistik Deskriptif Variabel.....	26
4.3.1 Analisis Deskriptif Dimensi Kemasan (X1).....	26
4.3.2 Analisis Deskriptif Dimensi Merek (X2) .....	27
4.3.3 Analisis Deskriptif Dimensi Variasi Produk (X3).....	29
4.3.4 Analisis Deskriptif Dimensi Kepuasan Konsumen (Y).....	30
4.4 Regresi Logistik Binomial atau Biner .....	31
4.4.1 Uji Goodness of Fit (Uji Kelayakan Model) .....	32
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	32

4.4.3 Uji Wald/Parameter .....	33
4.5 Pembahasan .....	33
4.5.1 Pengaruh Kemasan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	33
4.5.2 Pengaruh Merek Terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
4.5.3 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen .....	34
4.5.4 Pengaruh Kemasan, Merek, dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen..	34
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>35</b>
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran.....	35
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	35
5.2.2 Saran Untuk Peneiti Selanjutnya .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>36</b>

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Top Brand Index (TBI) Minuman Suplemen Tahun 2021.....	4
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	19
Tabel 4.1 Kuesioner Variabel X .....	23
Tabel 4.3 Kuesioner Variabel Y .....	23
Tabel 4.3 Kuesioner Uji Reliabilitas.....	24
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin .....	25
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Usia.....	25
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Pekerjaan .....	26
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kemasan .....	27
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Merek.....	27
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk .....	29
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Konsumen .....	30
Tabel 4.11 Hasil Uji Goodness of Fit .....	32
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	32
Tabel 4.13 Hasil Uji Parameter.....	33