

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	18
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	18
1.3.2 Manfaat Penelitian .....	19
1.4 Sistematika Penulisan .....	20
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>22</b>
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Atribut Kemasan ( <i>Packaging Attributes</i> ) .....	22
2.1.2 Warna Kemasan ( <i>Packaging Color</i> ).....	24
2.1.3 Desain Kemasan ( <i>Packaging Design</i> ) .....	30
2.1.4 Bahan Kemasan ( <i>Packaging Material</i> ).....	32
2.1.5 Gaya huruf ( <i>Font Style</i> ) .....	34
2.1.6 Informasi Tercetak ( <i>Printed Information</i> ).....	36
2.1.7 Perilaku Konsumen.....	38
2.1.8 Minat Beli ( <i>Purchase Intention</i> ) .....	39
2.2 Hubungan Antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis.....	40
2.2.1 Pengaruh Warna Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. 40	

2.2.2	Pengaruh Desain Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	42
2.2.3	Pengaruh Bahan Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	43
2.2.4	Pengaruh Gaya huruf Produk Terhadap Minat Beli Konsumen	44
2.2.5	Pengaruh Informasi Tercetak Terhadap Minat Beli Konsumen	45
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	46
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>		<b>48</b>
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	48
3.1.1	Variabel Penelitian	48
3.1.3	Definisi Operasional	49
3.2	Populasi dan Sampel	52
3.2.1	Populasi	52
3.2.2	Sampel	52
3.3	Jenis dan Sumber Data	53
3.4	Metode Pengumpulan Data	54
3.5	Metode Analisis Data	55
3.5.1	Uji Instrumen Data	56
3.5.2	Uji Asumsi Klasik	57
3.5.3	Analisis Regresi Berganda	58
3.5.4	Pengujian Hipotesis ( <i>Uji Goodness of Fit</i> )	60
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>62</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2	Gambaran Umum Responden	63
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan	63
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	64
4.3	Analisis Data	65
4.3.1	Uji Instrumen Data	65
4.3.2	Uji Asumsi Klasik	69
4.3.3	Uji Regresi Linear Berganda	72
4.3.4	Uji <i>Goodness of Fit</i>	75

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	79
4.4.1 Pengaruh Warna Kemasan produk terhadap Minat Beli konsumen ...	79
4.4.2 Pengaruh Desain Kemasan produk terhadap Minat Beli konsumen...	80
4.4.3 Pengaruh Bahan Kemasan produk terhadap Minat Beli konsumen ...	81
4.4.4 Pengaruh Gaya Huruf produk terhadap Minat Beli konsumen.....	82
4.4.5 Pengaruh Informasi Tercetak produk terhadap Minat Beli konsumen	83
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>85</b>
5.1 Kesimpulan .....	85
5.2 Implikasi Teoritis .....	87
5.3 Implikasi Manajerial .....	87
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	89
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>95</b>