

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK WILA DI KOTA
SURABAYA**

SKRIPSI



OLEH:

FEBBY DZURROTUL AMALIYAH

NPM. 21042010184

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN *BRAND*
IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK WILA DI KOTA SURABAYA**

Disusun oleh:

FEBBY DZURROTUL AMALIYAH

NPM. 21042010184

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING

Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.

NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH DESAIN KEMASAN, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND
IMAGE TERHADAP MINAT BELI PRODUK WILA DI KOTA SURABAYA**

Disusun oleh:

FEBBY DZURROTUL AMALIYAH

NPM. 21042010184

**Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 23 Juni 2025**

Menyetujui:

PEMBIMBING UTAMA

TIM PENGUJI

1. Ketua


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.
NIP. 198910302020121007


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB.
NIP. 199312072022032015

2. Sekretaris


Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB.
NPT. 21219920526338

3. Anggota


Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB.
NIP. 198910302020121007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Febby Dzurrotul Amaliyah
NPM : 21042010184
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



Febby Dzurrotul Amaliyah
NPM. 21042010184

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan kasih-Nya yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Wila di Kota Surabaya.”** Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif bagi produk lokal berbasis kesehatan. Lebih lanjut, penelitian ini juga berkontribusi dalam mendukung pertumbuhan industri makanan sehat serta mendorong inovasi produk yang lebih sesuai dengan preferensi konsumen *modern*.

Secara khusus, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Yanda Bara Kusuma, S.AB., M.AB., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta kritik yang membangun sepanjang proses penyusunan skripsi ini. Kesabaran dan dedikasi beliau dalam membimbing penulis sangat berperan dalam penyelesaian penelitian ini. Selain itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., MM, MA, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Segenap dosen dan staf Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Keluarga tercinta, khususnya Ibu Siti Ma’rifah dan Bapak Basiran selaku orang tua penulis. Segala cinta, doa, dan pengorbanan yang telah diberikan menjadi fondasi utama dalam setiap langkah pencapaian ini. Terima kasih atas restu dan kepercayaan yang selalu menguatkan di sepanjang perjalanan.

5. Nisa, Nanda, Nilna, dan Zaroh, selaku bagian dari Tim Wila (CV. Sandya Adi Indonesia). Terima kasih atas kerja sama yang luar biasa dan kebersamaan yang hangat. Setiap tantangan yang kita lalui bersama telah memperkuat langkah dan memberikan makna mendalam bagi perjalanan dan karya ini
6. Dita, Joice, Diva, Ema, dan Selfi, selaku sahabat penulis. Terima kasih atas tawa yang menguatkan, semangat yang menyalakan harapan, dan telah hadir menjadi bagian berharga dalam fase kehidupan penulis.
7. Seluruh teman-teman Administrasi Bisnis Angkatan 2021, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, terima kasih atas kenangan, perjuangan, dan semangat kebersamaan yang tumbuh selama masa perkuliahan
8. Febby Dzurrotul Amaliyah, diri saya sendiri, yang terus memilih untuk melangkah, menciptakan peluang di tengah keterbatasan, dan menjadikan setiap tantangan sebagai ruang untuk bertumbuh. Terima kasih telah kuat, berpikir besar, dan percaya bahwa kerja keras, ketekunan, dan visi yang jernih akan selalu menemukan jalannya menuju tujuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati membuka diri terhadap saran dan kritik yang konstruktif demi pengembangan karya ilmiah ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang luas, baik sebagai referensi akademik, inspirasi praktis, maupun kontribusi nyata terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan kesejahteraan masyarakat.

Surabaya, Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	iii
Daftar Tabel.....	vi
Daftar Gambar.....	vii
Daftar Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix
<i>Abstrack</i>	x

BAB I - PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	15

BAB II - TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
2.2 Landasan Teori.....	35
2.2.1 Pemasaran.....	35
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	39
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	44
2.2.4 Desain Kemasan.....	48
2.2.5 Kualitas Produk.....	56
2.2.6 <i>Brand Image</i>	61
2.2.7 Minat Beli Konsumen.....	66
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	70
2.4 Kerangka Berpikir.....	76
2.5 Hipotesis.....	77

BAB III - METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	79
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	79

3.2.1	Definisi Operasional.....	79
3.2.2	Pengukuran Variabel.....	90
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel.....	91
3.3.1	Populasi.....	91
3.3.2	Sampel.....	92
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	94
3.4	Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data.....	97
3.4.1	Jenis Data.....	97
3.4.2	Sumber Data.....	98
3.4.3	Metode Pengumpulan Data.....	99
3.5	Teknik Analisa Data.....	100
3.5.1	Uji Validitas.....	101
3.5.2	Uji Reabilitas.....	101
3.5.3	Asumsi Klasik.....	102
3.5.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	105
3.5.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	106
3.6	Uji Hipotesis.....	108
3.6.1	Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	108
3.6.2	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)	110

BAB IV - HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	112
4.1.1	Profil Perusahaan.....	112
4.1.2	Visi dan Misi.....	112
4.1.3	Logo Perusahaan.....	113
4.2	Gambaran Umum Responden.....	114
4.2.1	Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	114
4.2.2	Deskripsi Berdasarkan Usia.....	115
4.2.3	Deskripsi Berdasarkan Pekerjaan.....	116
4.3	Analisis Statistik Deskriptif Variabel.....	117
4.3.1	Deskripsi Variabel Desain Kemasan (X1)	118

4.3.2	Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X2)	121
4.3.3	Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> (X3)	124
4.3.4	Deskripsi Variabel Minat Beli Konsumen (Y)	127
4.4	Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	129
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	129
4.4.2	Hasil Uji Reabilitas.....	133
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	133
4.4.4	Hasil Analisis Linear Berganda.....	137
4.4.5	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	139
4.4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	140
4.5	Pembahasan.....	142
4.5.1	Pengaruh Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	142
4.5.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	144
4.5.3	Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Minat Beli Konsumen.....	147
4.5.4	Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan <i>Brand Image</i> terhadap Minat Beli Konsumen.....	149
BAB V - KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	152
5.2	Saran.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....		154
LAMPIRAN.....		155

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Competitor Analysis Wila.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Devinisi Operasional.....	85
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert.....	90
Tabel 3. 3 Uji Autokolerasi.....	104
Tabel 4. 1 Kalsifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin.....	114
Tabel 4. 2 Klasifikasi Berdasarkan Usia.....	115
Tabel 4. 3 Klasifikasifikasi Berdasarkan Pekerjaan.....	116
Tabel 4. 4 Dasar Interpretasi Skor Item Variabel Penelitian.....	118
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Item Variabel Desain Kemasan (X1)	119
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Item Variabel Kualitas Produk (X2)	121
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Item Variabel Brand Image (X3)	124
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Item Variabel Minat Beli Konsumen (Y).....	127
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas.....	130
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reabilitas.....	133
Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas.....	134
Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	135
Tabel 4. 13 Hasil Uji Autokorelasi.....	136
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linear Berganda.....	138
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Koefisien Determinasi.....	139
Tabel 4. 16 Hasil Uji Simultan (F)	140
Tabel 4. 17 Hasil Uji Parsial (T)	141

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Minat Terhadap Camilan Bebas Gula.....	2
Gambar 1. 2 Produk Wila.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	77
Gambar 3. 1 Kurva Uji F.....	108
Gambar 3. 2 Kurva Uji T.....	111
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan.....	113
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	137

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian.....	155
Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian.....	156
Lampiran 3 Hasil Kuisisioner.....	161
Lampiran 4 Hasil Olah Data.....	176
Lampiran 5 Jadwal Penelitian.....	203

ABSTRAK

Febby Dzurrotul Amaliyah, 21042010184, Pengaruh Desain Kemasan, Kualitas Produk, dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk Wila

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan, kualitas produk, dan *brand image* terhadap minat beli konsumen terhadap Wila, camilan sehat berbahan dasar labu kuning. Dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat, konsumen kini lebih selektif dalam memilih produk, termasuk dalam kategori makanan ringan. Wila hadir sebagai solusi camilan sehat lokal yang mengedepankan nilai nutrisi dan keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang telah mengenal atau mencoba produk Wila. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda melalui SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan, kualitas produk, dan *brand image* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci: Desain Kemasan, Kualitas Produk, *Brand Image*, Minat Beli

ABSTRACT

Febby Dzurrotul Amaliyah, 21042010184, *The Influence of Packaging Design, Product Quality, and Brand Image on Purchase Intention of Wila Products*

This study aims to analyze the influence of packaging design, product quality, and brand image on consumers' purchase intention toward Wila, a healthy snack made from pumpkin. With the rising trend of healthy lifestyles, consumers are becoming more selective in choosing products, especially in the snack category. Wila emerges as a local healthy snack solution that emphasizes nutritional value and sustainability. This research employs a quantitative approach by distributing questionnaires to 100 respondents who are familiar with or have tried Wila products. The sampling technique used is purposive sampling, and the data were analyzed using multiple linear regression through SPSS software. The results indicate that packaging design, product quality, and brand image have both partial and simultaneous significant effects on consumers' purchase intention.

Keywords: *Packaging Design, Product Quality, Brand Image, Purchase Intention*