



**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**“ANALISA PENGARUH CITA RASA DAN DESAIN  
KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI  
PADA PENGGEMAR KERIPIK KENTANG”**

**SKRIPSI**

**JUWITA PURNAMASARI  
1717.1111.1058**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
JAKARTA  
2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Jakarta, 31 Agustus 2021



Juwita Purnamasari

1717.1111.1058

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI  
JAKARTA INTERNATIONAL COLLEGE**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Juwita Purnamasari  
NIM : 1717.1111.1058  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Analisa Pengaruh Cita Rasa dan Desain Kemasan Terhadap  
Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variable  
Mediasi pada Penggemar Keripik Kentang.

Jakarta, 23 July 2021  
Dosen Pembimbing Utama



(Dr. Wenny Chandra Mandagie, S.E., M.Pd)

Dosen Pembimbing Pendamping



(Dr. Junaid Ali Saeed Rana, B.Com, M.C.S., M.B.Econ)

Mengetahui,

Puket I Bidang Akademik STIE JIC



( Drs. H. Arjuna Wiwaha, MM )

## PANITIA UJIAN SKRIPSI STRATA SATU

Ujian Skripsi ini diselenggarakan: <sup>31</sup> Agustus 2021.

### TIM PENGUJI

Nama

Tanda Tangan

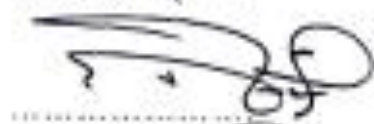
Ketua

: Dr. Wenny, C.M



Anggota

: 1. Dra. Ardana, W. MM



2. Zulfurra, L. SE. MM



3. Dr. Jannah, A. S. R



**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai sivitas akademik STIE Jakarta International College, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Juwita Purnamasari  
NIM : 1717.1111.1058  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada STIE Jakarta International College **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif** atas skripsi saya yang berjudul : *"Analisa Pengaruh Cita Rasa dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variable Mediasi pada Penggemar Keripik Kentang"*.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini *STIE Jakarta International College* berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Jakarta, 31 Agustus 2021

  
Juwita Purnamasari

1717.1111.1058

## KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur kepada Tuhan YME yang telah memberikan Rahmat dan Kurnia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan tepat waktu. Semua karena hikmat dan kebijaksanaan dari Tuhan YME sehingga saya dapat menyelesaikan proposal skripsi yang di beri judul : ***“Analisa Pengaruh Cita Rasa dan Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian dengan Harga sebagai Variabel Mediasi pada Penggemar Keripik Kentang”***.

Adapun penelitian ini disusun berdasarkan acuan-acuan teori dan penelitian yang sudah ada sebelumnya. Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah salah satu syarat bagi mahasiswa/i guna memperoleh gelar Strata Satu (S1) program studi Manajemen Pemasaran pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jakarta International College.

Penulis tentunya menyadari bahwa dalam penulisan proposal skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dalam penyusunan kata-kata maupun dalam penyajian analisisnya. Namun penulis telah berusaha dengan semaksimal mungkin dalam penulisan proposal skripsi ini. penulisan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Perjalanan studi penulis dari awal hingga akhir tidak ada yang sukses apabila dilalui sendiri. Dibalik keberhasilan selalu ada kebersamaan yang memberikan semangat, motivasi, bimbingan serta Doa. Untuk itu, tidak lupa pada kesempatan ini penulis secara khusus ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Agus Susanto, M.M, selaku ketua STIE JIC.
2. Bapak Drs. H. Arjuna Wiwaha, M.M, selaku puket I Bidang Akademik STIE JIC.
3. Ibu Dr. Evi Susanti, S.E., M.M, selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ibu Dr. Wenny Chandra Mandagie, S.E., M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Utama penulis yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Junaid Ali Saeed Rana, S.E., M.Cs., M. Bus (Ad), selaku Dosen Pembimbing Pendamping penulis yang telah bersedia meluangkan waktu

untuk memberikan bimbingan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Penelitian ini sebagai persembahan yang istimewa kepada kedua orang tua penulis, khususnya Mama ketiana (Kristin) dan Papa Memet Suryanto yang tiada henti mendukung dan mendoakan serta memberikan dukungan baik dari segi material dan moril kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dan juga untuk keluarga tercinta yaitu kakak kandungku Indah Permatasari dan Sri Rezeki, terima kasih atas doa dan dukungannya, kupersembahkan keberhasilan ini untuk kalian semua.
7. Para responden penelitian ini, atas bantuan dan kerjasamanya yang telah menyengangkan waktunya untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan bagi penulis.
8. Teman satu pembimbing (Ka Fini dan Ka Hadi Kurniadi) yang selalu mendukung dan membantu dalam pembuatan skripsi ini.
9. Teman terdekat saya selama kuliah di STIE Jakarta International College (Siti Fitriyani, Selia Natasha, Nurhaliza, dan Annisa Nurhaliza) menghibur dan memberikan dukungan dalam merampungkan skripsi ini.
10. Seluruh teman-teman STIE JIC khususnya teman-teman dari manajemen pemasaran yang telah membantu, meluangkan waktu dan pikirannya, serta untuk teman-teman lainnya yang telah memberikan motivasi.

Penulis mengharapkan penelitian ini kelak akan bermanfaat dan memberikan dampak positif untuk siapa saja yang membacanya. Demi perbaikan selanjutnya, kritik dan saran yang positif dan membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Jakarta, 23 July 2021



Juwita Purnamasari

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variable Harga sebagai variabel Mediasi antara Cita Rasa, Desain Kemasan dan Keputusan Pembelian. Penelitian dilakukan pada bulan Februari sampai Juli 2021 di Jakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi dan korelasi dengan Process v3.5, dengan jumlah responden sebanyak 200 responden. Pengolahan data menggunakan SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial adanya hubungan positif dan signifikan antara variabel Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian, Desain Kemasan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian sedangkan variabel Harga berpengaruh negatif terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan variable Harga sebagai Variabel Mediasi antara Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian maupun hubungan antara Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga memiliki hubungan yang negatif. Hasil penelitian menunjukkan Cita Rasa mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 51,5% dan Desain Kemasan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 25,6%, namun Harga hanya mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,1%, Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Cita Rasa melalui Harga sebesar 0,8% dan Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Desain Kemasan melalui Harga sebesar 0,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian memiliki pengaruh yang dominan terhadap Cita Rasa dan Desain Kemasan di DKI Jakarta. Perusahaan Cemilan Keripik Kentang disarankan untuk terus meningkatkan Cita Rasa pada produknya dan terus berinovasi pada Desain Kemasan sehingga menimbulkan daya tarik bagi konsumen agar terjadinya keputusan pembelian pada keripik kentang tersebut.

Kata Kunci : Cita Rasa, Desain Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian, Cemilan Keripik Kentang.

### **ABSTRACT**

*This study aims to determine the price variable as a mediating variable between Taste, Packaging Design and Purchase Decision. The study was conducted from February to July 2021 in Jakarta. The method used in this study uses regression analysis and correlation with Process v3.5, with a total of 200 respondents. Processing of data using SPSS 21. The results of the study partially show that there is a positive and significant relationship between the variables of Taste on Purchase Decisions, Packaging Design has a positive effect on Purchase Decisions, while the Price variable has a negative effect on Purchase Decisions. While the price variable as a mediating variable between taste and purchase decisions and the relationship between packaging design and purchase decisions through price has a negative relationship. The results of the study show that Taste affects Purchase Decisions by 51.5% and Packaging Design affects Purchase Decisions by 25.6%, but Price only affects Purchase Decisions by 0.1%, Purchase Decisions are influenced by Taste through Price by 0.8%. and Purchase Decision is influenced by Packaging Design through Price by 0.2%. These results indicate that the purchase decision has a dominant influence on the taste and packaging design in DKI Jakarta. Potato Chips Snack Companies are advised to continue to improve the taste of their products and continue to innovate in packaging designs so as to attract consumers to make purchasing decisions on potato chips.*

*Keywords: Taste, Packaging Design, Price, Purchase Decision, Potato Chips Snack.*

## DAFTAR ISI

|                                                                 | Halaman  |
|-----------------------------------------------------------------|----------|
| HALAMAN JUDUL .....                                             | i        |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....                           | ii       |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....                                | iii      |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                         | iv       |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                 | v        |
| KATA PENGANTAR .....                                            | vi       |
| ABSTRAK .....                                                   | viii     |
| ABSTRACT .....                                                  | ix       |
| DAFTAR ISI .....                                                | x        |
| DAFTAR TABEL .....                                              | xi       |
| DAFTAR GAMBAR .....                                             | xii      |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                           | xiii     |
| <b>BAB I      PENDAHULUAN</b>                                   | <b>1</b> |
| A    Latar Belakang Masalah .....                               | 1        |
| B    Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah .....          | 4        |
| 1    Identifikasi Masalah .....                                 | 4        |
| 2    Batasan Masalah .....                                      | 5        |
| C    Rumusan Masalah .....                                      | 5        |
| D    Tujuan Penelitian .....                                    | 6        |
| E    Manfaat Penelitian .....                                   | 7        |
| <b>BAB II    KAJIAN TEORI</b>                                   | <b>9</b> |
| A    Kajian Teori .....                                         | 9        |
| 1    Cita Rasa .....                                            | 9        |
| a    Pengertian Cita Rasa .....                                 | 9        |
| b    Indikator Cita Rasa .....                                  | 9        |
| 2    Desain Kemasan .....                                       | 11       |
| a    Pengertian Desain Kemasan .....                            | 11       |
| b    Indikator Desain Kemasan .....                             | 11       |
| 3    Harga .....                                                | 12       |
| a    Pengertian Harga .....                                     | 12       |
| b    Indikator Harga .....                                      | 13       |
| c    Peranan Harga .....                                        | 14       |
| 4    Keputusan Pembelian .....                                  | 15       |
| a    Pengertian Keputusan Pembelian .....                       | 15       |
| b    Indikator Keputusan Pembelian .....                        | 16       |
| c    Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....  | 17       |
| B    Penelitian Terdahulu .....                                 | 18       |
| C    Hipotesis .....                                            | 25       |
| 1    Peangruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian..          | 25       |
| 2    Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian ..... | 26       |
| 3    Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....          | 27       |

|                |    |                                                                                           |    |
|----------------|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|----|
|                | 4  | Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....                       | 29 |
|                | 5  | Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga .....                  | 30 |
|                | D  | Model Penelitian .....                                                                    | 31 |
| <b>BAB III</b> |    | <b>METODOLOGI PENELITIAN</b>                                                              | 32 |
|                | A  | Lokasi dan Waktu Penelitian .....                                                         | 32 |
|                | B  | Populasi, Sampel dan Metode Pengumpulan Data .....                                        | 32 |
|                | 1  | Populasi .....                                                                            | 32 |
|                | 2  | Sampel .....                                                                              | 33 |
|                | 3  | Metode Pengumpulan Data .....                                                             | 34 |
|                | a  | Data Primer .....                                                                         | 34 |
|                | b  | Data Sekunder .....                                                                       | 34 |
|                | C  | Definisi Operasional Variabel .....                                                       | 35 |
|                | 1  | Variabel Bebas (Independent Variable) .....                                               | 35 |
|                | 2  | Variabel Terikal (Dependent Variable) .....                                               | 46 |
|                | D  | Teknik Analisis Data .....                                                                | 44 |
|                | 1  | Uji Kualitas Instrumen Penelitian .....                                                   | 44 |
|                | a  | Uji Validitas .....                                                                       | 44 |
|                | b  | Uji Reliabilitas .....                                                                    | 46 |
|                | 2  | Analisis Deskriptif .....                                                                 | 47 |
|                | 3  | Uji Asumsi Klasik .....                                                                   | 47 |
|                | a  | Uji Multikolinieritas .....                                                               | 48 |
|                | b  | Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....                                                   | 48 |
|                | c  | Uji Normalitas P-Plot .....                                                               | 48 |
|                | d  | Uji Normalitas Histogram .....                                                            | 48 |
|                | e  | Uji Heterokedastisitas .....                                                              | 49 |
|                | 4  | Uji Regresi Linier Sederhana .....                                                        | 49 |
|                | 5  | Uji PROCESS V4.0 .....                                                                    | 50 |
|                | 6  | Koefisien Korelasi .....                                                                  | 50 |
|                | 7  | Koefisien Determinasi .....                                                               | 51 |
|                | 8  | Pengujian Hipotesis .....                                                                 | 51 |
|                | a  | Uji T .....                                                                               | 51 |
|                | 10 | Pengolahan Data .....                                                                     | 52 |
|                | E  | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                                                      | 53 |
|                | 1  | Lay's .....                                                                               | 53 |
|                | 2  | Chitato .....                                                                             | 54 |
|                | 3  | Pringles .....                                                                            | 55 |
| <b>BAB IV</b>  |    | <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>                                                    | 56 |
|                | 1  | Deskripsi Data Penelitian .....                                                           | 56 |
|                | 1  | Deskripsi Responden .....                                                                 | 56 |
|                | 2  | Deskripsi Statistik .....                                                                 | 60 |
|                | 2  | Pengolahan Data .....                                                                     | 77 |
|                | 1  | Uji Asumsi Klasik .....                                                                   | 77 |
|                | 2  | Analisis Regresi, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi dan Pengujian Hipotesis ..... | 83 |

|                       |                                                                          |            |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3                     | Hasil Pengujian Hipotesis.....                                           | 96         |
| 4                     | Pembahasan Hasil Penelitian.....                                         | 97         |
| 1                     | Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian..                        | 97         |
| 2                     | Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian .....               | 98         |
| 3                     | Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian .....                        | 99         |
| 4                     | Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusn Pembelian melalui Harga .....       | 99         |
| 5                     | Pengaruh Desain Kemasan terhadap Keputusan Pembelian melalui Harga ..... | 100        |
| <b>BAB III</b>        | <b>PENUTUP</b>                                                           | 102        |
| A                     | Kesimpulan .....                                                         | 102        |
| B                     | Keterbatasan .....                                                       | 102        |
| C                     | Saran .....                                                              | 103        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> |                                                                          | <b>104</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       |                                                                          | 107        |

## DAFTAR TABEL

|            |                                                                                                             |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1  | Total konsumsi cemilan pada kelompok umur .....                                                             | 2  |
| Tabel 2.1  | Penelitian terdahulu .....                                                                                  | 18 |
| Tabel 3.1  | Definisi operasional .....                                                                                  | 36 |
| Table 3.2  | Uji validasi variabel .....                                                                                 | 45 |
| Tabel 3.3  | Uji reliabilitas variabel .....                                                                             | 47 |
| Tabel 3.4  | Nilai analisis deskriptif .....                                                                             | 48 |
| Table 3.5  | Interval nilai koefisien korelasi sederhana.....                                                            | 51 |
| Tabel 4.1  | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                                                     | 57 |
| Tabel 4.2  | Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....                                                              | 58 |
| Table 4.3  | Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....                                                         | 58 |
| Tabel 4.4  | Karakteristik Reponden berdasarkan Pendapatan .....                                                         | 59 |
| Table 4.5  | Karakteristik Responden berdasarkan Domisili .....                                                          | 60 |
| Tabel 4.6  | Karakteristik Responden berdasarkan Merek .....                                                             | 60 |
| Tabel 4.7  | Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian.....                                                          | 61 |
| Table 4.8  | Hasil Rekapitulasi Profil Responden .....                                                                   | 61 |
| Table 4.9  | Statistik Variabel Cita Rasa (X1) .....                                                                     | 63 |
| Tabel 4.10 | “Aroma dari keripik kentang tersebut menjadi salah satu alasan dalam memilih cemilan keripik kentang” ..... | 64 |
| Tabel 4.11 | “Bentuk dari cemilan keripik kentang berpengaruh dalam pengambilan keputusan saat membeli produk” .....     | 65 |
| Tabel 4.12 | “Cita rasa dari cemilan keripik kentang tersebut berpengaruh dalam pemilihan cemilan keripik kentang” ....  | 65 |
| Tabel 4.13 | “Cita rasa mempengaruhi harga dari cemilan keripik kentang” .....                                           | 66 |
| Tabel 4.14 | “Rangsangan mulut penting dan menjadi alasan saat memakan cemilan keripik kentang” .....                    | 66 |
| Tabel 4.15 | Hasil Rekapitulasi Variabel Cita Rasa (X1) .....                                                            | 67 |
| Tabel 4.16 | Statistik Variabel Desain Kemasan (X2).....                                                                 | 68 |

|            |                                                                                                                                |    |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.17 | “Bahan dari kemasan berpengaruh pada harga dari cemilan keripik kentang” .....                                                 | 68 |
| Tabel 4.18 | “Logo dan label dari kemasan dapat mempengaruhi pembelian konsumen pada cemilan keripik kentang” .....                         | 69 |
| Tabel 4.19 | “Warna dari desain kemasan berpengaruh di ingatan konsumen dalam membeli suatu produk keripik kentang”..                       | 69 |
| Tabel 4.20 | “Ukuran dari kemasan berpengaruh dalam pengambilan keputusan konsumen dalam membeli cemilan keripik kentang” .....             | 70 |
| Tabel 4.21 | “Daya tarik dari kemasan menjadi alasan dalam konsumen mengambil keputusan saat membeli cemilan keripik kentang” .....         | 71 |
| Tabel 4.22 | Hasil Rekapitulasi Variabel Desain Kemasan (X2).....                                                                           | 71 |
| Tabel 4.23 | Statistik Variabel Harga (X3) .....                                                                                            | 72 |
| Tabel 4.24 | “Informasi mengenai harga produk pada cemilan keripik kentang dapat mempengaruhi keputusan pembelian” .....                    | 72 |
| Tabel 4.25 | “Harga cemilan keripik kentang yang ditunjukan label/gambar sesuai dengan kualitas produk” .....                               | 74 |
| Tabel 4.26 | “Dengan mengetahui harga suatu produk cemilan keripik kentang dapat mengukur kemampuan konsumen untuk membeli” .....           | 74 |
| Tabel 4.27 | “Dengan mengetahui harga suatu produk cemilan keripik kentang dapat mengukur daya saing produk dengan produk sejenisnya” ..... | 75 |
| Tabel 4.28 | “Dengan mengetahui harga suatu produk cemilan keripik kentang dapat mengukur kesesuaian manfaat produk tersebut” .....         | 75 |
| Tabel 4.29 | Hasil Rekapitulasi Variabel Harga (X3).....                                                                                    | 76 |
| Tabel 4.30 | Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....                                                                               | 77 |

|            |                                                                                                                               |    |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 4.31 | “Harga merupakan faktor utama dalam memilih produk sebelum terjadinya keputusan pembelian cemilan pada keripik kentang” ..... | 77 |
| Tabel 4.32 | “Brand/merek pada produk cemilan keripik kentang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen” .....                        | 78 |
| Tabel 4.33 | “Berat komposisi pada produk cemilan keripik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen” .....                           | 78 |
| Tabel 4.34 | “Pengenalan kebutuhan bisa menjadi alasan dalam pengambilan keputusan pembelian cemilan keripik kentang” .....                | 79 |
| Tabel 4.35 | “Harga produk berpengaruh dalam pengambilan keputusan saat membeli cemilan keripik kentang” .....                             | 80 |
| Tabel 4.36 | Hasil Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....                                                                      | 80 |
| Tabel 4.37 | Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov .....                                                                                 | 82 |
| Tabel 4.38 | Hasil Uji Multikolinieritas .....                                                                                             | 85 |
| Tabel 4.39 | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Cita Rasa (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....                                      | 87 |
| Tabel 4.40 | Hasil Uji Koefisien Cita Rasa (X1) .....                                                                                      | 88 |
| Tabel 4.41 | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Desain Kemasan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....                                 | 89 |
| Tabel 4.42 | Hasil Uji Koefisien Desain Kemasan (X2).....                                                                                  | 90 |
| Tabel 4.43 | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....                                           | 91 |
| Tabel 4.44 | Hasil Uji Koefisien Korelasi Harga .....                                                                                      | 92 |
| Tabel 4.45 | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Cita Rasa (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X3).....                    | 93 |
| Tabel 4.46 | Hasil Uji Koefisien Cita Rasa (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X3).....                                   | 94 |
| Tabel 4.47 | Hasil Uji Process V4.0 .....                                                                                                  | 96 |
| Tabel 4.48 | Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Desain Kemasan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X3).....               | 96 |

|            |                                                                                                  |     |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.49 | Hasil Uji Koefisien Desain Kemasan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) melalui Harga (X3)..... | 97  |
| Tabel 4.50 | Hasil Uji Process V4.0.....                                                                      | 99  |
| Tabel 4.51 | Hasil Pengujian Hipotesis.....                                                                   | 100 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Jumlah penduduk di Indonesia tahun 2020 (BPS) .....                                         | 4  |
| Gambar 2.1 Model Penelitian .....                                                                      | 31 |
| Gambar 3.1 Lay's .....                                                                                 | 54 |
| Gambar 3.2 Chitato .....                                                                               | 55 |
| Gambar 3.3 Pringles .....                                                                              | 56 |
| Gambar 4.1 Hasil Normalitas P-Plot .....                                                               | 83 |
| Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Histogram .....                                                        | 84 |
| Gambar 4.3 Hasil uji heterokedastistas .....                                                           | 86 |
| Gambar 4.4 Analisis Pengaruh Peran Mediasi Harga terhadap Cita Rasa dan Keputusan Pembelian .....      | 96 |
| Gambar 4.5 Analisis Pengaruh Peran Mediasi Harga terhadap Desain Kemasan dan Keputusan Pembelian ..... | 99 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Kuesioner
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Cita Rasa
- Lampiran 3 : Tabulasi Data Desain Kemasan
- Lampiran 4 : Tabulasi Data Harga
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Keputusan Pembelian
- Lampiran 6 : Tabel T
- Lampiran 7 : Tabel F
- Lampiran 8 : Otput SPSS
- Lampiran 9 : Daftar Riwayat Hidup