

**PENGARUH PERSEPSI PENGEMASAN, MANFAAT UTILITARIAN,  
MANFAAT HEDONIK TERHADAP KEPUASAN MEREK KOSMETIK  
MEREK *THE FACE SHOP***

**THE EFFECT PERCEPTION PACKAGING, UTILLITARIAN BENEFITS,  
BENEFITS HEDONIC ON BRAND SATISFACTION BRAND  
COSMETICS *THE FACE SHOP***

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun Oleh:**

**BINTANG SULANJARI**

**20120410202**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2015**

## **PERNYATAAN**

Dengan ini saya,

Nama : Bintang Sulanjari

Nomor Mahasiswa : 20120410202

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “PENGARUH PERSEPSI PENGEMASAN, MANFAAT UTILITARIAN, MANFAAT HEDONIK TERHADAP KEPUASAN MEREK” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut dibatalkan.

Yogyakarta, 24 Februari 2016

Materai, 6.000,-

Bintang Sulanjari

## MOTTO

Barangsiapa yang menginginkan kehidupan dunia, maka ia harus memiliki ilmu,  
dan barang siapa yang menginginkan kehidupan akhirat maka itupun harus  
dengan ilmu, dan barang siapa yang menginginkan keduanya maka itupun harus  
dengan ilmu

(HR. Thabrani)

Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang  
yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat

(Q.s. al-Mujadalah : 11)

Pekerjaan hebat tidak dilakukan dengan kekuatan, tapi dengan ketekunan dan  
kegigihan”

~Samuel Jhonson~

Lakukan sekarang selagi kamu bisa dan mampu

~Wasi Handoko~

Harta banyak akan habis dan tidak dibawa mati, tetapi sedikit ilmu akan dibawa  
sampai mati

~Abi Kurniawan~

## PERSEMBAHAN

Yang Utama Dari Segalanya.....

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya karya yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rosulullah Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya yang sederhana ini kepada orang yang kusayangi dan kukasihi.

1. Kedua orangtua saya Ayah Wasi Handoko,S.ip. M.Si dan bunda Mami Elmi Kusmiati,SKM.,MM yang telah memberikan do'a, kasih sayang, motivasi, dan perhatiannya sehingga mampu menyelesaikan tugas Skripsi.
2. Kakak Wulan Margiana,S.ST.,M.Kes dan adikku Emill Fata Sunny, terimakasih atas doa dan dukungannya selama ini sehingga mampu menyelesaikan tugas dengan lancar.
3. Terimakasih Abi Kurniawan atas kasih sayang, perhatian, dukungan, dan kesabarannya sehingga mampu memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan Skripsi.
4. Sahabat- sahabat tersayang Dadika, Neli, Elis, Intan, dan Calista yang telah memberikan do' a, dukungan, perhatian dan kebersamaan selama ini. Semoga kita tetap bersama walau pun kita memiliki kesibukan masing- masing. Love you kakak- kakak cantik.
5. Sahabat- sahabatku Keluarga 86, Manajemen kelas F dan kelas H, dan anak kos Lasiyo yang telah memberikan do'a, dukungan, dan kebersamaannya. Semoga kita selalu menjalin silaturahmi.

Terimakasih untuk semua pihak yang terlibat dan mendukung saya selama kuliah dan penyusunan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan semuanya. Terimakasih.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Persepsi Pengemasan, Manfaat Utilitarian, Manfaat Hedonik Terhadap Kepuasan Merek Kosmetik Merek *The Face Shop Di Yogyakarta*”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penulis mengambil topik ini dengan harapan dapat memberikan masukan kepada *The Face Shop* agar dapat mengembangkan merek yang dimiliki agar dapat memuaskan pelanggan. Selain itu penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan ide pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak DR. Nano Prawoto, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Ibu Retno Widowati PA., M.Si., Ph.D. selaku kepala Program Studi Manajemen.
3. Ibu Isthofaina Astuti, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik kelas F angkatan 2012.

4. Bapak Dr. Susanto, M.S. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah penuh kesabaran dan atensi yang tinggi telah memberikan masukan dan bimbingan selama proses penyelesaian karya tulis ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membimbing penulis selama ini.
6. Bapak dan Ibu Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang membantu dalam penulisan ini.
7. Orangtua dan saudara yang senantiasa memberikan doa, dorongan dan perhatian kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi tepat waktu.
8. Sahabat dan teman-teman serta semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, kemudahan dan semangat kepada penulis.

Akhir kata, semoga segala bantuan yang diberikan sebagai amal sholeh yang senantiasa mendapat ridho Allah SWT. Pada akhirnya Skripsi ini memiliki manfaat untuk menambah wawasan dan pemikiran kita semua.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 24 Februari 2016

Penulis

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL .....                               | i    |
| HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING .....        | ii   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                           | iii  |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                          | iv   |
| HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....               | v    |
| INTISARI.....                                     | vii  |
| ABSTRACT.....                                     | viii |
| KATA PENGANTAR .....                              | ix   |
| DAFTAR ISI .....                                  | xi   |
| DAFTAR TABEL .....                                | xiii |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xiv  |
| BAB I PENDAHULUAN.....                            | 1    |
| A. Latar Belakang Penelitian.....                 | 1    |
| B. Rumusan Masalah.....                           | 6    |
| C. Tujuan Penelitian .....                        | 6    |
| D. Manfaat Penelitian .....                       | 7    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....                      | 8    |
| A. Landasan Teori .....                           | 8    |
| 1. Grand Theory .....                             | 8    |
| 2. Persepsi Pengemasan .....                      | 11   |
| 3. Manfaat Utilitarian .....                      | 13   |
| 4. Manfaat Hedonik.....                           | 14   |
| 5. Kepuasan Merek.....                            | 15   |
| B. Hasil Penelitian Terdahulu.....                | 17   |
| C. Hipotesis Penelitian .....                     | 19   |
| D. Model Penelitian .....                         | 21   |
| BAB III METODE PENELITIAN .....                   | 23   |
| A. Obyek/ Subyek Penelitian.....                  | 23   |
| B. Jenis Data.....                                | 23   |
| C. Teknik Pengambilan Sampel .....                | 23   |
| D. Teknik Pengumpulan Data.....                   | 24   |
| E. Definisi Operasional Variabel Penelitian ..... | 25   |
| F. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....          | 27   |
| G. Uji Hipotesis dan Analisis Data.....           | 28   |

|        |  |    |
|--------|--|----|
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....           | 30 |
|        | A. Gambaran Umum Obyek/ Subyek Penelitian..... | 30 |
|        | B. Uji Kualitas Instrumen dan Data .....       | 33 |
|        | C. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis) .....      | 36 |
|        | D. Pembahasan (Interpretasi).....              | 38 |
| BAB V  | SIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN.....          | 45 |
|        | A. Simpulan .....                              | 43 |
|        | B. Saran .....                                 | 44 |
|        | C. Keterbatasan Penelitian.....                | 45 |
|        | DAFTAR PUSTAKA .....                           | xv |
|        | LAMPIRAN                                       |    |



## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| 3.1. Pengukuran Variabel .....                     | 26 |
| 4.1. Hasil Uji Validitas Persepsi Pengemasan ..... | 33 |
| 4.2. Hasil Uji Validitas Manfaat Utilitarian ..... | 34 |
| 4.3. Hasil Uji Validitas Manfaat Hedonik.....      | 34 |
| 4.4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Merek.....       | 35 |
| 4.5. Hasil Uji Reliabilitas .....                  | 36 |
| 4.6. Hasil Uji Parsial (t).....                    | 36 |
| 4.7. Hasil Uji Simultan (F).....                   | 38 |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Grand Theory Persepsi Pengemasan terhadap Kepuasan Merek .....                        | 8  |
| 2.2. Grand Theory Manfaat utilitarian dan manfaat hedonik terhadap<br>Kepuasan merek ..... | 9  |
| 2.3. Grand Theory yang Digunakan dalam Penelitian .....                                    | 10 |
| 2.4. Model Penelitian .....  | 22 |