

**PENGARUHH DESAIN KEMASAN PRODUK MASKARA
MAYBELLINE FALSIES LASH LIFT TERHADAP MINAT BELI
(STUDI PADA WANITA USIA 18-35 TAHUN DI KOTA BOGOR)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:
RIFDHA MUTIA AMINI
044117267**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
JUNI 2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

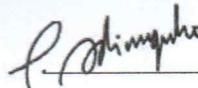
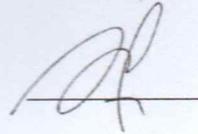
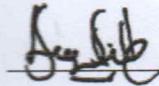
Nama : Rifilha Mutia Amini
NPM : 044117267
Judul : Pengaruh Desain Kemasan Produk Maskara Maybelline
Falsies Lash Lift Terhadap Minat Beli (Studi Pada Wanita
Usia 18-35 Tahun Di Kota Bogor)

Tesis berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari penyertaan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

DEWAN PENGUJI

Menyetujui

Pembimbing I : Muslim.M.Si
NIK: 1 0909 048 513
Pembimbing II : Ismail Taufik Rusfien, M.Si
NIK. 1.1215 047 681
Pembaca : Prasetyo Adinugroho, M.I.Kom
NIK: 1.0616 049 760



Ditetapkan di : Bogor
Tanggal: : 23 Juni 2022

**Dean Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya**

Ketua Program Studi



Dr. Henny Suharyati, M.Si
NIK : 1.9600 607.199009.2.001

Dr. Dwi Rini Sovia Firdaus, M.Comn
NIK. 1.0113 001 607

ABSTRAK

RIFDHA MUTIA AMINI. 044117267. 2021. Pengaruh Desain Kemasan Produk Maskara Maybelline Falsies Lash Lift Terhadap Minat Beli (Study Pada Wanita Usia 18-35 Tahun di Kota Bogor). Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan: **Muslim dan Ismail Taufik Rusfien.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain kemasan produk maskara Maybelline Falsies Lash Lift terhadap minat beli pada wanita usia 18-35 tahun di Kota Bogor. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menghasilkan data-data statistik. Dalam memperoleh data digunakan metode kuisioner, dan studi kepustakaan. Populasi dan sampel pada penelitian ini adalah wanita usia 18-35 tahun di Kota Bogor, sampel yang digunakan berjumlah 100 dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *nonprobability sampling* dengan Teknik penentuan sampel pada penelitian ini adalah *sampling purposive*. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian ini menyatakan: 1). Maskara Maybelline Falsies Lash Lift memiliki desain kemasan yang dapat menarik perhatian konsumen, Berdasarkan besarnya nilai untuk indikator informasi produk pada desain kemasan, maka dapat dikatakan bahwa desain kemasan maskara Maybelline Falsies Lash Lift sudah baik dan mampu dalam menggambarkan produk yang dijual dengan cara yang berbeda dari produk pesaing lainnya. 2). Untuk minat beli wanita usia 18-35 tahun di Kota Bogor setelah melihat desain kemasan maskara Maybelline Falsies Lash Lift menunjukkan tanggapan yang cukup sangat baik. Indikator yang mempunyai pengaruh cukup besar adalah minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seorang yang senantiasa mencari data mengenai produk yang diminatinya. 3). Pengaruh desain kemasan maskara Maybelline Falsies Lash Lift dapat dilihat dari hasil penelitian menunjukan bahwa *R square* sebesar 0,510 atau dapat diartikan bahwa variabel desain kemasan mempunyai pengaruh sebesar 51% sedangkan sisanya 49% dipengaruhi oleh faktor lain. Desain kemasan Maybelline Falsies Lash Lift memiliki pengaruh yang besar terhadap minat beli pada wanita usia 18- 35 tahun di Kots Bogor. Nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel desain kemasan memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci : Desain Kemasan, Maskara, Minat Beli, Wanita.