



UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGARUH DAYA TARIK DESAIN PACKAGING
CUSHION SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI
FOLLOWERS DI TIKTOK @SKINTIFIC_ID**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

NISRIINA LYNSI PUTRI

223516516474

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

2026



UNIVERSITAS NASIONAL
THE IMPACT OF ATTRACTIVE PACKAGING DESIGN OF
SKINTIFIC CUSHION ON PURCHASE INTENTION AMONG
TIKTOK FOLLOWERS @SKINTIFIC_ID

THESIS


Submitted as partial fulfilment of the requirement for the
Bachelor's Degree of Communication Science

Nisriina Lynsi Putri

223516516474

COMMUNICATION SCIENCE
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE
UNIVERSITAS NASIONAL
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

 **FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nisriina Lynsi Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516474


Program Studi : Ilmu Komunikasi


Kekhususan : Advertising

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Desain Packaging Cushion Skintific terhadap Minat Beli Followers

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan
Jakarta, 10 Februari 2026

Dosen Pembimbing : 
Drs. Adi Prakosa, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi : 
Swasthmingsih, S.E., M.Si

UNIVERSITAS NASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL

PERNYATAAN ORISINALITAS

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir berjudul:

"PENGARUH DAYA TARIK DESAIN PACKAGING CUSHION SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS DI TIKTOK @SKINTIFIC_ID"

Merupakan hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional

Jakarta, 11 Februari 2025



Nisriina Lynsi Putri

UNIVERSITAS NASIONAL

Universitas Nasional

HALAMAN PENGESAHAN



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Nisriina Lynsi Putri

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516474

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Advertising

Judul Skripsi : Pengaruh Daya Tarik Desain Packaging Cushion Skintific Terhadap Minat Beli Followers di Tiktok @skintific_id

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

Disahkan

Jakarta, 11 Maret 2026

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si

Dr. Agus Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.



PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI**PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nisriina Lynsi Putri

NPM : 223516516474


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK DESAIN PACKAGING CUSHION SKINTIFIC TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS DI TIKTOK @SKINTIFIC_ID**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang/Penguji 2 : Nursatyo, S.Sos., M.Si

(..........)

Penguji 1 : Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si

(..........)

Pembimbing : Dr. Drs. Adi Prakosa., M.Si

(..........)

Jakarta.

11 Maret 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

SURAT PENGESAHAN SKRIPSI**PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nisriina Lynsi Putri

NPM : 223516516474

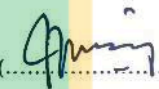
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : **PENGARUH DAYA TARIK DESAIN PACKAGING CUSHION SKINTIFIC
TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS DI TIKTOK @SKINTIFIC_ID**

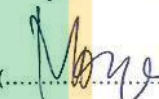
Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

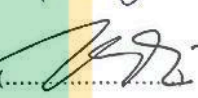
Ketua Sidang/Penguji 2 : Nursatyo, S.Sos., M.Si

(..........)

Penguji 1 : Nieke Monika Kulsum, S.E., M.Si

(..........)

Pembimbing : Dr. Drs. Adi Prakosa., M.Si

(..........)

Jakarta.

11 Maret 2026

UNIVERSITAS NASIONAL

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah pola komunikasi pemasaran industri kosmetik, di mana daya tarik visual menjadi faktor penting dalam memengaruhi minat beli konsumen, terutama *followers* Tiktok @skintific_id. Salah satu elemen visual yang menonjol adalah desain kemasan dengan dominasi warna tertentu, seperti warna pink yang digunakan pada produk Cushion Skintific. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh daya tarik desain *packaging* terhadap minat beli *followers* Tiktok @skintific_id. Pertanyaan penelitian difokuskan pada hubungan antara persepsi daya tarik visual kemasan dan minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada *followers* Tiktok @skintific_id, kemudian dianalisis menggunakan uji statistik deskriptif, dan uji inferensial dengan bantuan *IBM SPSS Statistic 27*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa daya tarik desain *packaging* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,738 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,440, yang berarti 44% variasi minat beli dapat dijelaskan oleh daya tarik desain kemasan. Elemen warna menjadi faktor paling dominan dalam menarik perhatian konsumen, sementara tipografi dan logo masih perlu dioptimalkan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa desain kemasan berperan penting sebagai pemicu awal minat beli dalam konteks pemasaran digital.

Kata Kunci: *Desain Kemasan, Perilaku Konsumen, Minat Beli, Tiktok, AIDA*

ABSTRACT

The rapid growth of social media, particularly TikTok, has transformed marketing communication patterns in the cosmetics industry, where visual appeal has become a crucial factor in influencing consumers' purchase intentions. One prominent visual element is product packaging design with dominant color usage, such as the pink packaging applied to Skintific Cushion products. This study aims to examine and analyze the extent to which the attractiveness of packaging design influences the purchase intention of Gen Z followers of the TikTok account @skintific_id. The research question focuses on the relationship between consumers' perceptions of visual packaging attractiveness and their purchase intention. This study employs a quantitative approach with an explanatory research design. Data were collected through questionnaires distributed to followers of the TikTok account @skintific_id and analyzed using descriptive statistical analysis, Pearson correlation analysis, coefficient of determination, and simple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics 27. The results indicate that the attractiveness of packaging design has a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.738 and a coefficient of determination (R^2) of 0.440, meaning that 44% of the variation in purchase intention can be explained by the attractiveness of the packaging design. Color emerged as the most dominant element in attracting consumers' attention, while typography and logo elements require further optimization. This study concludes that packaging design plays an important role as an initial trigger of purchase intention in the context of digital marketing.

Keywords: *Design Packaging, Consumen Behavior, Purchase Intention, Tiktok, AIDA*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Daya Tarik Desain Packaging pada Cushion Skintific terhadap Minat Beli Followers di Tiktok @skintific_id”. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A. Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.Ip., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Nursatyo, S.Sos., M.Si. Selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Dr. Mary Ismowati, M.Si. Selaku Wakil Dekan II Bidang Kemahasiswaan, Kerja Sama, dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Swastiningsih, S.E., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
6. Cyntia Dewi Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
7. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini
8. Seluruh dosen pengajar dan Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya seluruh dosen Prodi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada Penulis selama

menjalankan pembelajaran di Universitas Nasional

9. Yang paling utama cinta pertama dan panutanku papa dan support system terbaikku mama. Terimakasih selalu berjuang untuk memberikan yang terbaik untuk kehidupan penulis, terimakasih atas segala pengorbanan, doa tiada henti dan kasih sayang yang menjadi sumber kekuatan penulis. Terimakasih untuk segala bentuk semangat, bimbingan, motivasi, serta hal baik lainnya sehingga penulis bisa menyelesaikan studi sampai sarjana. Semoga karya kecil ini bisa membuat kalian bangga, seperti kalian yang selalu menjadi kebanggaan terbesar dalam hidup penulis.
10. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, pasangan dan partner diskusi terbaik, Rizky Ardiansyah. Terimakasih telah menjadi bagian dari proses perjalanan penulis dari awal perkuliahan sampai menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah banyak berkontribusi baik tenaga, pikiran, maupun waktu. Meskipun seringkali diwarnai perdebatan dan amarah untuk kebaikan penulis, terimakasih karna pada akhirnya kamu menjadi orang yang paling peduli dan siap membantu hingga akhir. Menjadi sosok rumah yang selama ini penulis cari, tempat untuk berbagi suka maupun duka, menjadi pendengar, penghibur dan penasihat yang baik.
11. Kepada teman terdekat penulis di kampus Niken, dan Tasya. Terimakasih karena menjadi orang yang selalu support dan mengajak penulis untuk berkembang, Terimakasih karena selalu yakin sama kemampuan penulis. Terimakasih selalu menemani di setiap langkah, memberikan semangat dan bantuan kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
12. Kepada Jingga dan Adinda, terimakasih karena selalu bangga kepada penulis. Terimakasih karna selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis. Terimakasih sudah mengambil sedikit bagian stress dan gilanya penulis sehingga penulis merasa terhibur.

13. Kepada sahabat penulis saat SMK Nisa, Fira, Shinta, terimakasih untuk segala bentuk support yang diberikan kepada penulis dengan cara yang berbeda. Terimakasih untuk selalu hadir dalam setiap momen penting di hidup penulis.
14. *And Last but not least, i wanna thank me, for taking responsibility to finish what has been started. for not giving up, for showing up every day, and for choosing to move forward, no matter how hard it gets.*



Jakarta, 11 Februari 2025

Nisriina Lynsi Putri

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.1.1 Research Gap.....	20
2.1.2 Kebaruan Riset.....	23
2.2 Landasan Teori.....	24
2.3 Kerangka Konseptual.....	25
2.3.1 Daya Tarik Desain Packaging.....	26
2.3.2 Minat Beli.....	29
2.4 Kerangka Berfikir.....	30
BAB III.....	33
METODOLOGI.....	33
3.1 Paradigma Penelitian.....	33
3.2 Pendekatan Penelitian.....	34
3.3 Metode Penelitian.....	35
3.4 Jenis Penelitian.....	36
3.5 Populasi dan Sample.....	37
3.5.1 Populasi.....	37
3.5.2 Sample.....	37
3.6 Operasionalisasi Variabel.....	39

	xiv
3.7 Metode Pengumpulan Data	44
3.7.1 Data Primer	44
3.7.2 Data Sekunder	45
3.8 Instrumen Penelitian	46
3.9 Metode Analisis Data	47
3.9.1 Uji Persyaratan Instrumen.....	48
3.9.2 Statistik Deskriptif	52
3.9.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
3.9.4 Pengujian Hipotesis (Inferensial).....	58
3.10 Lokasi dan Waktu	62
BAB IV	63
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	63
4.1.1 Platform Media Sosial Tiktok	64
4.1.2 Produk Cushion Skintific	66
4.2 Hasil Penelitian	67
4.2.1 Karakteristik Responden	67
4.2.2 Statistik Deskriptif	67
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.4 Uji Inferensial.....	73
4.3 Pembahasan	78
4.3.1 Pengaruh Daya Tarik Desain Packaging Minat Beli.....	79
4.3.2 Analisis Daya Tarik Desain Packaging Berdasarkan teori AIDA	79
4.3.3 Implikasi Temuan terhadap Strategi Pemasaran Skintific	81
BAB V	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	84
5.2.1 Saran Prakris bagi Praktisi dan Pemangku Kepentingan	84
5.2.2 Saran bagi Akademisi dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya ..	85
5.2.3 Saran untuk Mengatasi Keterbatasan Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	52
Tabel 3. 5 Periode Waktu Penelitian	62
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Variabel Daya Tarik Desain Packaging (X) dan Minat Beli Followers (Y).....	68
Tabel 4. 2 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	70
Tabel 4. 3 Hasil Uji Linearitas	71
Tabel 4. 4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 4. 5 Tabel Hasil Uji Korelasi Pearson	74
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	76
Tabel 4. 8 Tabel Hasil Uji Parsial (t-Test).....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4. 1 Logo Skintific.....	63
Gambar 4. 2 Akun Tiktok @skintific_id.....	64
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Followers	67
Gambar 4. 4 Grafik Normal Probability Plot.....	70
Gambar 4. 5 Hasil Uji Scatterplot.....	72
Gambar 4. 6 Nilai Rekapitulasi Variabel Daya Tarik Desain Packaging (X).....	79

