

**PENGARUH PERSEPSI SATURASI WARNA DALAM IKLAN  
MAKANAN CEPAT SAJI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN PERSEPSI KELEZATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**Oleh:**

**Ariobimo Syafiq Dirgantoro**

**1801619038**

**SKRIPSI**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**PENGARUH PERSEPSI SATURASI WARNA DALAM IKLAN  
MAKANAN CEPAT SAJI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
DENGAN PERSEPSI KELEZATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

Oleh:

**Ariobimo Syafiq Dirgantoro**

**1801619038**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2023**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING  
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

“Pengaruh Persepsi Saturasi Warna dalam Iklan Makanan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Kelezatan Sebagai Variabel Mediasi”

Nama Mahasiswa : Ariobimo Syafiq Dirgantoro  
 Nomor Registrasi : 1801619038  
 Jurusan/Program Studi : Psikologi  
 Tanggal Ujian : 8 Februari 2023

Pembimbing I






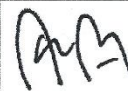
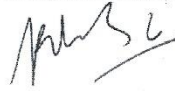
Dr. Gungum Gumelar, M.Si.  
 NIP.197704242006041001

Pembimbing II



Irma Rosalinda, M.Si.  
 NIP.197101282005012001

**Panitia Ujian Sidang Skripsi**

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi. (Penanggungjawab)*		28 Feb'23
Dr. Gungum Gumelar, M.Si. (Wakil Penanggungjawab)**		28 Feb 23
Herdiyan Maulana, Ph.D. (Ketua Penguji)***		16 Februari 2023
Dr. Anna Armeini Rangkuti, M.Si. (Anggota)****		16 Februari 2023
Rahmadianty Gazadinda, M.Sc. (Anggota)		16 Februari 2023

Catatan:

\*Dekan FPPsi

\*\*Wakil Dekan I

\*\*\*Ketua Penguji

\*\*\*\*Dosen Penguji selain pembimbing

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Ariobimo Syafiq Dirgantoro

NIM : 1801619038

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul “Pengaruh Persepsi Saturasi Warna Dalam Iklan Makanan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Kelezatan Sebagai Variabel Mediasi” adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Oktober 2022 sampai Januari 2023.
2. Bukan merupakan duplikasi dari skripsi atau karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan saya sanggup untuk menerima segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 2 Februari 2023

Yang membuat pernyataan



Ariobimo Syafiq Dirgantoro

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”*

(QS Al Insyirah: 5)

*“If you spend too much time thinking about a thing, you’ll never get it done”*

(Bruce Lee)

*“Never let your doubt blind your goals, for your future lies in your ability, not your failure”*

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada Ayah, Ibu, Adik, dosen pembimbing, teman, keluarga besar saya serta semua orang yang turut mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan pengerjaan skripsi ini.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ariobimo Syafia Dirgantoro  
NIM : 1801619038  
Fakultas/Prodi : Psikologi  
Alamat email : ariobimosyafia@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Saturasi Warna dalam Iklan Makanan Cepat Saji terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Kelezatan sebagai Variabel Mediasi

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 7 Maret 2023

  
(Ariobimo Syafia Dirgantoro)

**ARIOBIMO SYAFIQ DIRGANTORO**

**PENGARUH PERSEPSI SATURASI WARNA DALAM IKLAN MAKANAN  
CEPAT SAJI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN PERSEPSI  
KELEZATAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas  
Negeri Jakarta, 2023

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh parsial persepsi saturasi warna dan persepsi kelezatan terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh simultan persepsi saturasi warna dan persepsi kelezatan terhadap keputusan pembelian, mengetahui pengaruh mediasi persepsi kelezatan dan mengetahui variabel yang mendominasi keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksperimen semu *Randomized One Groups Design Posttest Only*, jumlah sampel berjumlah 130 orang yang dipilih dengan *purposive sampling*. Hasil menunjukkan terdapat pengaruh parsial persepsi saturasi warna dan persepsi kelezatan terhadap keputusan pembelian, terdapat pengaruh simultan persepsi saturasi warna dan persepsi kelezatan terhadap keputusan pembelian, persepsi kelezatan mampu memediasi keputusan pembelian dan persepsi kelezatan menjadi variabel yang dominan untuk memengaruhi keputusan pembelian.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Persepsi Saturasi Warna, Persepsi Kelezatan, Makanan Cepat Saji.

**ARIOBIMO SYAFIQ DIRGANTORO**

**THE EFFECT OF COLOR SATURATION PERCEPTION IN FAST FOOD  
ADVERTISING ON PURCHASING DECISIONS WITH PERCEIVED  
DELICIOUSNESS AS A MEDIATING VARIABLE**

Skripsi

Jakarta: *Study Program of Psychology, Faculty of Psychology Education,*  
Universitas Negeri Jakarta, 2022

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the partial effect of perceived color saturation and perceived deliciousness on purchasing decisions, determine the simultaneous effect of perceived color saturation and perceived deliciousness on purchasing decisions, determine the mediating effect of perceived deliciousness and determine the variables that dominate purchasing decisions. This study uses a quantitative method approach with the type of pseudo-experimental research Randomized One Group Design Posttest Only, the sample size is 130 people selected by purposive sampling. The results show that there is a partial effect of perceived color saturation and perceived deliciousness on purchasing decisions, there is a simultaneous effect of perceived color saturation and perceived deliciousness on purchasing decisions, perceived deliciousness is able to mediate purchasing decisions and perceived deliciousness is the dominant variable to influence purchasing decisions.*

*Keyword: Purchasing Decisions, Color Saturation Perception, Perceived Deliciousness, Fast food*



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik yang berjudul **“Pengaruh Persepsi Saturasi Warna Dalam Iklan Makanan Cepat Saji Terhadap Keputusan Pembelian dengan Persepsi Kelezatan Sebagai Variabel Mediasi”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat agar mendapatkan gelar Sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan di dalam penulisan skripsi ini yang disebabkan keterbatasan penulis sendiri. Maka dari itu diharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, sehingga dapat menjadi manfaat bagi kegiatan penelitian selanjutnya. Pada kesempatan kali ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan kepada peneliti dalam penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D., selaku Wakil Dekan II, Ibu Mira Ariyani, Ph.D., selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Phil. Zarina Akbar, M.Psi., selaku Koordinator Prodi Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Gungum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Irma Rosalinda Lubis, M.Si., Psikolog., selaku Dosen Pembimbing II penulis yang juga telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dari awal masa perkuliahan hingga akhir.

7. Seluruh staf administrasi dan karyawan Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah membantu proses administrasi selama penulis menjalani penelitian.
8. Kepada seluruh pihak responden yang bersedia membantu menjalankan penelitian ini sehingga dapat terlaksana dengan baik.
9. Kepada Papah, Mamah dan Dyta yang selalu memberikan dukungan dan doa selama proses penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Drs. Satata Budi Harjana dan Tante Astria Zohrat Tawangratna yang turut memberikan dukungan, doa dan bantuan finansial kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Kepada Disa, Enno, Yasmin dan Putri Bayna yang telah memberikan dukungan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
12. Dan terakhir, kepada seluruh teman-teman angkatan 2019 yang bersama-sama telah berjuang dari awal perkuliahan hingga akhir.

Jakarta, 2 Februari 2023

Ariobimo Syafiq Dirgantoro

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Batasan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Rumusan Masalah .....</b>	<b>8</b>
<b>1.5 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>9</b>
1.6.1 Manfaat Teoretis .....	9
1.6.2 Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Keputusan Pembelian.....</b>	<b>10</b>
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	10
2.1.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian .....	10
2.1.3 Dimensi Keputusan Pembelian .....	12
2.1.4 Indikator Keputusan Pembelian .....	13
2.1.5 Tipe Perilaku Keputusan Pembelian .....	14
<b>2.2 Persepsi Saturasi Warna dan Persepsi Kelezatan.....</b>	<b>15</b>
2.2.1 Definisi Persepsi .....	15
2.2.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Persepsi .....	15
2.2.3 Aspek-Aspek Persepsi.....	16
2.2.4 Proses Terbentuknya Persepsi.....	17
2.2.5 Model-Model Warna.....	18
2.2.6 Pemilihan Warna Dalam Iklan Makanan .....	18

<b>2.3</b>	<b>Dinamika Hubungan Keputusan Pembelian dengan Persepsi Saturasi Warna dan Persepsi Kelezatan.....</b>	<b>19</b>
2.3.1	Pengaruh Persepsi Saturasi Warna dengan Keputusan Pembelian .....	19
2.3.2	Pengaruh Persepsi Kelezatan dengan Keputusan Pembelian .....	19
<b>2.4</b>	<b>Kerangka Konseptual.....</b>	<b>19</b>
<b>2.5</b>	<b>Hipotesis.....</b>	<b>20</b>
<b>2.6</b>	<b>Hasil Penelitian yang Relevan.....</b>	<b>21</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
<b>3.1</b>	<b>Tipe Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.2</b>	<b>Desain Penelitian Eksperimen .....</b>	<b>24</b>
<b>3.3</b>	<b>Uji Perlakuan (<i>Manipulation Check</i>).....</b>	<b>26</b>
<b>3.4</b>	<b>Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian.....</b>	<b>26</b>
3.4.1	Identifikasi Variabel Penelitian.....	26
3.4.2	Definisi Konseptual Variabel.....	27
3.4.3	Definisi Operasional Variabel.....	27
<b>3.5</b>	<b>Populasi dan Sampel.....</b>	<b>28</b>
3.5.1	Populasi.....	28
3.5.2	Sampel.....	28
<b>3.6</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>29</b>
3.6.1	Konstruksi Teoretik.....	29
3.6.2	Uji Nilai Indeks Diskriminasi Item dan Reliabilitas .....	33
<b>3.7</b>	<b>Modul <i>Treatment</i> .....</b>	<b>37</b>
3.7.1	Tujuan .....	38
3.7.2	Waktu dan Tempat.....	38
3.7.3	Alat dan Bahan.....	38
3.7.4	Langkah-Langkah .....	41
3.7.5	Instruksi.....	42
<b>3.8</b>	<b>Analisis Data.....</b>	<b>43</b>
3.8.1	Uji Normalitas.....	43
3.8.2	Uji Linearitas .....	43
3.8.3	Uji Pengaruh Mediasi.....	43
3.8.4	Uji T.....	44
3.8.5	Uji F.....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
<b>4.1</b>	<b>Gambaran Responden/Subjek Penelitian.....</b>	<b>45</b>
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.1.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	45
4.1.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili .....	46

<b>4.2</b>	<b>Prosedur Penelitian.....</b>	<b>47</b>
4.2.1	Persiapan Penelitian .....	47
4.2.2	Pelaksanaan Penelitian.....	48
<b>4.3</b>	<b>Hasil Analisis Data Penelitian.....</b>	<b>49</b>
4.3.1	Hasil Statistika Deskriptif .....	49
4.3.2	Uji Normalitas.....	50
4.3.3	Uji Linearitas .....	50
4.3.4	Uji Pengaruh Parsial.....	51
4.3.5	Uji Simultan dan Hasil Meanscore Masing-Masing Kelompok Warna dan Saturasi .....	51
4.3.6	Uji Pengaruh Mediasi.....	54
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan.....</b>	<b>56</b>
<b>4.5</b>	<b>Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>58</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>59</b>
<b>5.1</b>	<b>Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>5.2</b>	<b>Implikasi .....</b>	<b>59</b>
<b>5.3</b>	<b>Saran .....</b>	<b>60</b>
5.3.1	Bagi Produsen .....	60
5.3.2	Bagi Peneliti Selanjutnya.....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>61</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Desain Penelitian Eksperimen .....	25
Tabel 3. 2 Rancangan Pembagian Manipulasi .....	25
Tabel 3. 3 Rancangan Instrumen Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 3. 4 Instrumen Persepsi Saturasi Warna.....	31
Tabel 3. 5 Instrumen Persepsi Kelezatan .....	32
Tabel 3. 6 Hasil Uji Nilai Indeks Diskriminasi Item Persepsi Saturasi Warna.....	34
Tabel 3. 7 Hasil Uji Nilai Indeks Diskriminasi Item Persepsi Kelezatan .....	34
Tabel 3. 8 Hasil Uji Nilai Indeks Diskriminasi Item Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Saturasi Warna .....	36
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kelezatan.....	37
Tabel 3. 11 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	37
Tabel 4. 1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	45
Tabel 4. 2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Domisili .....	46
Tabel 4. 3 Hasil Statistika Dekriptif .....	49
Tabel 4. 4 Hasil Uji Linearitas .....	50
Tabel 4. 5 Hasil Uji Pengaruh Parsial Persepsi Saturasi Warna dan Persepsi Kelezatan terhadap Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji F dan Meanscore Masing-Masing Kelompok .....	52
Tabel 4. 7 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 3. 1 Gambar Pengecoh .....	38
Gambar 3. 2 Iklan Makanan Cepat Saji dengan Warna Kuning dan Saturasi Tinggi.....	39
Gambar 3. 3 Iklan Makanan Cepat Saji dengan Warna Kuning dan Saturasi Rendah .....	39
Gambar 3. 4 Iklan Makanan Cepat Saji dengan Warna Merah dan Saturasi Tinggi .....	40
Gambar 3. 5 Iklan Makanan Cepat Saji dengan Warna Merah dan Saturasi Rendah.....	40
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Pekerjaan Responden .....	46
Gambar 4. 2 Diagram Domisili Responden .....	47
Gambar 4. 3 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	55



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Coba Instrumen.....	68
Lampiran 2 Hasil Instrumen .....	77
Lampiran 3 Hasil Meanscore .....	85
Lampiran 4 Hasil Analisis .....	86
Lampiran 5 Proses Randomisasi Partisipan.....	89
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Eksperimen .....	89

