

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh warna kemasan pada persepsi konsumen, karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Warna Kemasan Terhadap Persepsi Konsumen Pada Produk Sari Kacang Hijau (Studi Kasus Ultra dan ABC Sari Kacang Hijau)". Dalam penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan data sejumlah 70 responden, dan melakukan uji regresi untuk melihat pengaruh dari produk Ultra Sari Kacang Hijau dan ABC Sari Kacang Hijau. Berdasarkan tujuan penelitian maka jenis yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pre-Experiment Design* dengan bentuk *One-Shot Case Study*. Penelitian ini menggunakan populasi yaitu mahasiswa Universitas Kristen Maranatha. Sampel adalah mahasiswa Universitas Kristen Maranatha yang pernah membeli produk Ultra dan ABC Sari Kacang Hijau. Data diolah dengan regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Warna Produk terhadap Perspektif konsumen pada produk Ultra Sari Kacang Hijau maupun ABC Sari Kacang Hijau. Berdasarkan *Univariate Analysis*, didapat nilai sebesar 0,330, yang berarti lebih besar dari $\alpha=0,05$, yang berarti bahwa perbedaan yang ada antara pengaruh Warna Kemasan terhadap Perspektif Konsumen pada produk Ultra maupun ABC tidaklah signifikan. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa para responden telah menilai warna kemasan yang ada saat ini. Dengan demikian, perusahaan tetap dapat mempertahankan persepsi positif yang muncul dari penggunaan warna kemasan saat ini.

Kata Kunci : *Packaging*, Persepsi Konsumen, *Packaging Green Color*, Pengaruh Warna Kemasan

ABSTRACT

The purpose of this study is to test and analyze the influence of color packaging on consumer perceptions, so researchers interested in conducting research entitled "The Influence of Color Packaging Against Consumer Perceptions On Mung Bean Products (Ultra Case Studies and Abc Mung Bean Juice)". In this study, researchers have collected data of 70 respondents, and conducted a regression test to see the effect of Ultra Mung Bean Juice and ABC Mung Bean Juice. Based on the research objectives, the type used in this study is Pre- Experiment Design with the form of One-Shot Case Study. This study uses population of students of Maranatha Christian University. The sample is a student of Maranatha Christian University who once purchased Ultra and ABC Mung Bean Juice Products. Data is treated with multiple linear regression. Based on the results of the study, it was found that there is a significant influence between Color Products on consumer perceptions on Ultra Sari Green Peanut and ABC Mung Bean Juice products. Based on univariate Analysis, the value is 0.330, which means greater than $\alpha = 0.05$, which means that the difference between the influence of Packaging Color to Consumer Perception on Ultra and ABC products is not significant. Based on the results of the study, it was found that the respondents have assessed the color of the existing packaging at this time. Thus, the company can maintain a positive perception arising from the use of packaging colors today.

Keywords: *Packaging, Consumer Perception, Packaging Green Color, Influence of color packaging*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Lembar Pengesahan	iii
Lembar Keaslian Karya Tulis	iv
Lembar Pernyataan Publikasi dan Dokumentasi.....	v
Kata Pengantar	vi-vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
Daftar Isi.....	x-xii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang1-5
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Perusahaan / Praktisi Bisnis.....	6
1.4.2 Akademisi.....	6-7

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Definisi Manajemen Pemasaran	8
2.2 Definisi Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	8
2.3 Definisi Karakteristik/ Atribut Produk	9-12
2.4 Pengertian Kemasan	12-16
2.4.1 Fungsi Kemasan	16

2.5	Grafik atau Desain Kemasan.....	17-18
2.5.1	Nama Merek	18
2.5.2	Warna Kemasan	18-22
2.5.3	Tipografi atau Jenis Tulisan	22
2.5.4	Gambar	22-23
2.5.5	Bentuk Kemasan	23-24
2.5.6	Ukuran Kemasan	24
2.5.7	Struktur dan Material Kemasan.....	24-26
2.6	Kemasan Warna Hijau	26-27
2.7	Persepsi Konsumen	27-28
2.7.1	Aspek-Aspek Persepsi	28-32
2.8	Rerangka Teoritis	33
2.9	Rerangka Pemikiran	34
2.10	Penelitian Terdahulu	35-44
2.11	Pengembangan Hipotesis	45
2.12	Model Penelitian	45-46

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	47-48
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian	49-51
3.3	Definisi Operasional Variabel (DOV).....	55-56
3.4	Instrumen Penelitian.....	57
3.4.1	Uji Validitas	57-59
3.4.2	Uji Realibilitas.....	60-61
3.5	Teknik Pengumpulan Data	62-63
3.6	Teknik Analisis Data.....	64

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

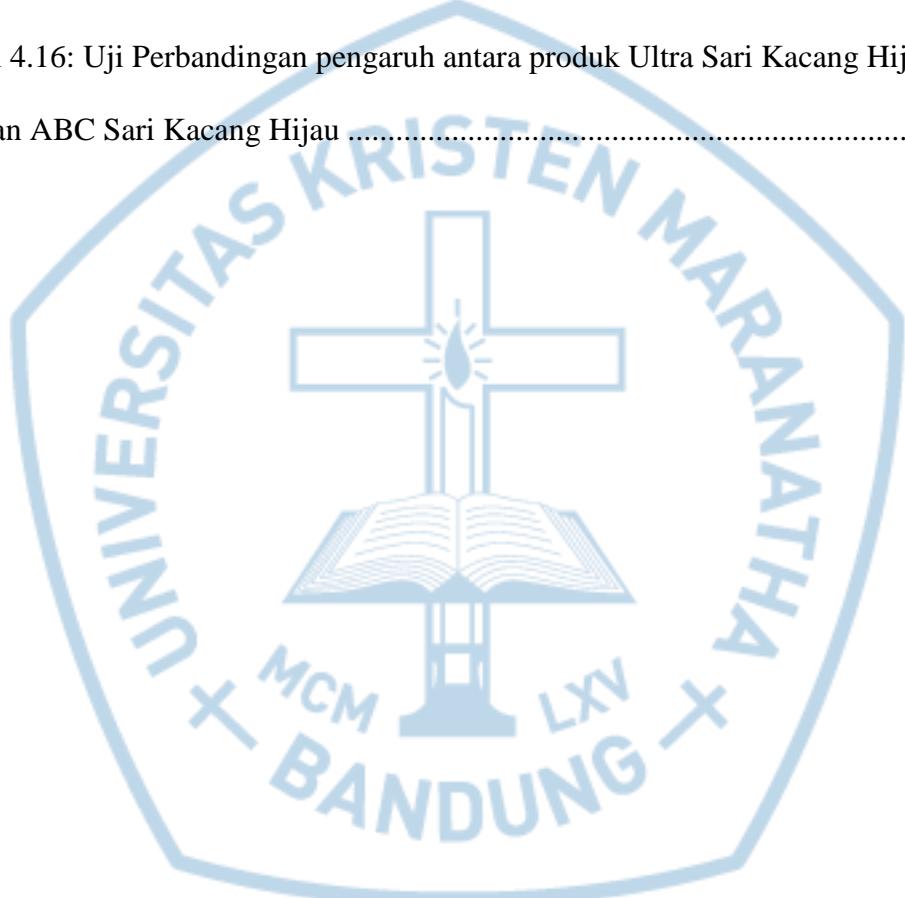
4.1	Hasil Penelitian	65
4.1.1	Hasil Penelitian Berdasarkan Data Demografis Responden	65-68
4.1.2	Uji Pendahuluan	69

4.1.2.1 Uji Validitas	69
4.1.2.2 Uji Reliabilitas.....	71
4.1.3 Uji Asumsi Klasik	72
4.1.3.1 Uji Normalitas	72
4.1.3.2 Uji Heteroskedadistitas	73
4.1.3.3 Uji Multikolinearitas	74
4.1.4 Uji Regresi Linear	74-75
4.1.4.1 Uji Hipotesis untuk produk Ultra Sari Kacang Hijau	76
4.1.4.2 Uji Hipotesis untuk produk ABC Sari Kacang Hijau	77
4.1.4.3 Uji Perbandingan pengaruh antara produk Ultra Sari Kacang Hijau dengan ABC Sari Kacang Hijau.....	78
4.2. Pembahasan.....	79-80
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Keterbatasan penelitian	81
5.3. Implikasi Manajerial	82
5.4. Saran.....	82
 DAFTAR PUSTAKA.....	83-85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1. One-Shot Case Study	48
Tabel 3.2 Pemberian kode untuk jawaban pertanyaan tertutup	51
Tabel 3.3. Definisi Operasional Variabel (DOV)	52
Tabel 3.4 Kategori Nilai KMO	59
Tabel 3.5 Skor Reliabilitas.....	61
Tabel 4.1. Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
Tabel 4.2. Responden berdasarkan Berapa kali mengkonsumsi Produk Ultra Sari Kacang Ijo?	66
Tabel 4.3. Responden berdasarkan Apakah Anda mengkonsumsi Produk Ultra Sari Kacang Ijo secara rutin?	66
Tabel 4.4. Responden berdasarkan Apakah Anda menyukai tampilan kemasan dari Produk Ultra Sari Kacang Ijo?	67
Tabel 4.5. Responden berdasarkan Berapa kali mengkonsumsi Produk ABC Sari Kacang Hijau?.....	67
Tabel 4.6. Responden berdasarkan Apakah Anda mengkonsumsi Produk ABC Sari Kacang Ijo secara rutin?	68
Tabel 4.7. Responden berdasarkan Apakah Anda menyukai tampilan kemasan dari Produk ABC Sari Kacang Hijau?	68
Tabel 4.8. Olah Data validitas.....	70
Tabel 4.9. Olah Data Reliabilitas	71

Tabel 4.10. Olah Data Normalitas.....	72
Tabel 4.11. Olah Data Normalitas.....	74
Tabel 4.12. Uji Hipotesis untuk produk Ultra Sari Kacang Hijau	76
Tabel 4.13. Uji koefisien determiansi untuk produk Ultra Sari Kacang Hijau	76
Tabel 4.14. Uji Hipotesis untuk produk ABC Sari Kacang Hijau	77
Tabel 4.15. Uji koefisien determinasi untuk produk ABC Sari Kacang Hijau	78
Tabel 4.16: Uji Perbandingan pengaruh antara produk Ultra Sari Kacang Hijau dengan ABC Sari Kacang Hijau	78



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Rerangka Teoritis.....	33
Bagan 2.2. Rerangka Pemikiran.....	34
Bagan 2.3. Model Penelitian.....	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Kuesioner

Lampiran Pengolahan Data

Lampiran Riwayat Hidup

