

PENGARUH DESAIN KEMASAN MOCKUP PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM MIKRO (Study Pada UMKM Mikro Kecamatan Gondang)

Dio Yoga Kristiawan¹, Muhammad Anasrulloh²

^{1,2}Universitas Bhineka PGRI Tulungagung

Corresponding Author: yogad700@gmail.com¹, anasrullohm7@gmail.com²

Article History

Received : June, 19 2023

Revised : June, 24 2023

Accepted : June, 27 2023

Kata Kunci:

Desain Kemasan, Keputusan
Pembelian, Mockup produk

Keywords:

Packaging Design, Product
Mockup, Purchase Decision

ABSTRAK:

Latar belakang peneliti melakukan penelitian ini bertitik pada permasalahan Pengaruh desain kemasan mockup terhadap keputusan pembelian pada konsumen Masyarakat Tujuan peneliti melakukan Penelitian ini guna mengetahui tingkat pengaruh penggunaan desain kemasan mockup terhadap keputusan pembelian, dengan adanya fenomena masyarakat yang dinilai memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan pendekatan pendekatan kuantitatif dengan instrumen penelitian kuisisioner. metode analisis data yang di gunakan peneliti adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t dan uji analisis regresi linier sederhana Hasil analisis menunjukkan besarnya nilai korelasi sebesar 0,739 dari output yang di peroleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,546 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 54,6 %. Sehingga semakin tinggi inovasi desain kemasan akan semakin tinggi ketertarikan terhadap produk dan mampu menentukan keputusan pembelian produk, dengan ini di tandai dengan tingginya penyajian elmen desain kemasan mockup produk kepada keputusan pembelian yang meningkat. Desain kemasan mockup produk (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ABSTRACT:

The background of the researcher conducting this research is focused on the problem of the influence of mockup packaging design on consumer purchasing decisions. which is carried out by researchers using a quantitative approach with questionnaire research instruments. The data analysis method used by researchers is validity test, reliability test, classical

assumption test, t test and simple linear regression analysis test. The results of the analysis show the magnitude of the correlation value of 0.739 from the output obtained. the coefficient of determination (R square) is 0.546 which implies that the influence of the independent variable on the dependent variable is 54.6%. So that the higher the packaging design innovation, the higher the interest in the product and be able to determine product purchase decisions, this is marked by the high presentation of product mockup packaging design elements to increased purchasing decisions. Product mockup packaging design (X) has a significant effect on purchasing decisions.

PENDAHULUAN

Keadaan perekonomian dan produk perusahaan saat ini memiliki potensi berkembang sangat tinggi, Hal tersebut memungkinkan adanya persaingan Kompetitor dalam bidang bisnis. Sehingga di tengah masyarakat semakin responsif dalam memilih informasi yang mampu di terima dengan baik, dalam kondisi seperti ini perusahaan mendesak untuk lebih peka dalam segi perubahan pasar yang begitu cepat dan aktif. Dalam era perkembangan zaman teknologi semakain maju dan inovatif dari tahun ketahun semula dari manual menjadi serba canggih. Disini perusahaan di tuntut harus lebih jeli dalam menganalisa serta meneliti sebuah peluang maupun tantangan yang di hadapi di masa yang akan datang. Salah satu alasan dari perusahaan ialah mencari laba atau keuntungan setinggi tingginya guna mempertahankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan, hal ini di maksudkan agar tercapai tujuan dari perusahaan tersebut dan mampu mengelola rancangan strategi bisnis agar tepat sesuai rencana. Dari sektor perusahaan memfokuskan terkait dengan Packaging atau pengemasan dari pada sebelumnya, karena selain sebagai tempat wadah Produk juga sebagai alat strategi pemasaran yang efektif. Desain kemasan menarik mampu merangsang perilaku daya beli spontan dan mampu mengurangi biaya iklan atau promosi, kesan pertama yang mampu di rasakan oleh konsumen yakni Seperti di ungkapkan” oleh Ahmed dkk., ' produk yang dikemas dengan baik menjual dirinya sendiri (Salem, 2016).

Kepribadian suatu produk dibentuk oleh desain kemasannya yang berkorelasi dengan identitas merek secara keseluruhan karena desain kemasan menampilkan keunikan suatu produk dan merek. Begitu konsumen tertarik dengan desain kemasan tertentu dan dengan demikian merek, interpretasi identitas merek dibentuk, dan karenanya, kemasan produk dapat menjadi rute terpendek dalam membentuk ekuitas merek, (Jirangrat, 2017). Oleh karena itu, pemasar harus menyatakan elemen kemasan yang tepat yang menyasar konsumennya secara emosional dan mental. Menurut Lee and Hoffman (2016), elemen pengemasan dapat dikategorikan dalam dua kategori domain: elemen visual dan informasi. Elemen visual terdiri dari grafik, warna, font, ukuran, dan bentuk paket. Unsur informasional adalah fakta yang tertera pada produk mengenai penggunaannya dan tentang teknologi / bahan yang digunakan dalam kemasan atau produk (Lo et al., 2013).

Konsumen mampu mempersepsikan dan menilai peningkatan inovasi produk dari segi kemasan yang semula biasa menjadi lebih baik dari pada sebelumnya. Hal ini merupakan peluang besar bagi para pelaku usaha untuk lebih trampil dalam memberikan desain kemasan yang menarik untuk konsumen maupun calon konsumen. Ketika semakin terdapat inovasi yang di lakukan para pelaku usaha maka akan berpengaruh signifikan terhadap omset yang di

dapt karena perilaku konsumen dalam membeli produk cenderung kearah kepada kepuasan dalam keputusan pembelian produk tertari dari segi visualisasi yang di sajikan.

Kecamatan Gondang Merupakan salah satu kecamatan yang memiliki potensi Usaha Mikro kecil menengah yang relatif cukup besar mulai dari kerajinan, makanan olahan dan minuman racikan. Tak heran banyak pelaku Usaha Kecil Mikro yang menggeluti usaha di kecamatan gondang. Di karenakan selain strategis dalam pemasaran masyarakat Lingkup kecamatan Gondang memiliki jiwa wirausaha yang tinggi selain itu juga memiliki potensi kreatifitas dalam bidang usaha. Di area pasar gondang sendiri banyak pelaku usaha mikro yang menawarkan berbagai macam produk yang beragam mulai dari makanan, cemilan, oleh – oleh sampai minuman, dari siang hari sampauai malam hari tak heran menjadi pusat destinasi kuliner yang ekonomis bagi masyarakat.

Dengan adanya penelitian ini di harapkan mampu menggali informasi sedalam mungkin terkait ketertarikan masyarakat dalam membeli produk melalui visualisasi kemasan yang menarik hal ini yang nanti nya dapat di simpulkan dalam hasil penelitian yang di lakukan. Peneliti menggali data informasi konsumen masyarakat UMKM Mikro subjek penelitian melalui karakteristik dari masing masing responden mulai dari usia responden status pendidikan responnden, pekerjaan responden, pengetahuan informasi penawaran produk. Dan menjadi kesimpulan dalam sebuah penelitian yang di angkat di harapkan menjadi literatur untuk penelitian selanjutnya.

Observasi yang di lakukan guna mengetahui apakah ada pengaruh desain kemasan mockup terhadap keputusan pembelian konsumen di area lingkup UMKM mikro kecamatan Gondang di harapkan penelitian ini akan menjadi solusi bagi pelaku usaha dan menjadi informasi di lapangan tentang persepsi dan keputusan konsumen dalam pembelian sehingga dapat menjadi evaluasi kedepan bagi usaha kecil di area Kecamatan Gondang.

Berdasarkan Latar belakang peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH DESAIN KEMASAN MOCKUP PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM STUDY PADAMIKRO KECAMTAN GONDANG”**.

METODE PENELITIAN

Jenis peneltian ini menggunakan penelitian korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015,14) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang di tetapkan.

Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan Kuisisioner. Kuisisioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis 20 yang telah dirancang dan akan responden menjawab, biasanya dalam bentuk alternatif yang jelas. Kuisisioner penelitian digunakan sebagai data yang akan diproses selanjutnya diisi langsung oleh responden. Kuisisioner akan di distribusikan sekitar 100 eksemplar kepada konsumen yang tinggal di Tulungagung sebagai sampel. Kuisisioner penelitian dengan pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian, yang kemudian akan disusun dan diproses sesuai dengan kebutuhan. Dalam kuisisioner, yang akan menggunakan bentuk sebagai berikut:

NO	Jawaban responden	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,). Sampel adalah bagian dari penelitian yang dilakukan dengan mengambil populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakiliseluruh populasi (Sugiyono, 2014). Teknik pengambilan sampel yang di gunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Validitas

Analisis data yang di gunakan guna mengukur sejauh mana kecermatan suatu tes mampu melakukan fungsi ukuranya. Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat maka akan semakin tinggi juga ketepatan alat pengukur tersebut sesuai tepat sasaran. Teknik yang di gunakan yaitu memakai pearson correlation di hitung dengan menggunakan komputer dengan program software SPSS. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

1. Hasil Uji Validitas Variabel (X) Desain Kemasan Mockup.

No Soal	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai a	Keterangan
1	0,702	0,202	0,05	VALID
2	0,793	0,202	0,05	VALID
3	0,724	0,202	0,05	VALID
4	0,743	0,202	0,05	VALID
5	0,763	0,202	0,05	VALID
6	0,712	0,202	0,05	VALID
7	0,787	0,202	0,05	VALID
8	0,687	0,202	0,05	VALID
9	0,681	0,202	0,05	VALID
10	0,742	0,202	0,05	VALID
11	0,590	0,202	0,05	VALID
12	0,704	0,202	0,05	VALID
13	0,565	0,202	0,05	VALID
14	0,640	0,202	0,05	VALID
15	0,343	0,202	0,05	VALID
16	0,420	0,202	0,05	VALID

17	0,443	0,202	0,05	VALID
18	0,450	0,202	0,05	VALID
19	0,495	0,202	0,05	VALID
20	0,642	0,202	0,05	VALID

2. Uji Validitas Variabel (Y) Keputusan Pembelian

No Soal	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai a	Keterangan
1	0,474	0,202	0,05	VALID
2	0,565	0,202	0,05	VALID
3	0,481	0,202	0,05	VALID
4	0,527	0,202	0,05	VALID
5	0,533	0,202	0,05	VALID
6	0,603	0,202	0,05	VALID
7	0,579	0,202	0,05	VALID
8	0,598	0,202	0,05	VALID
9	0,551	0,202	0,05	VALID
10	0,482	0,202	0,05	VALID
11	0,748	0,202	0,05	VALID
12	0,681	0,202	0,05	VALID
13	0,730	0,202	0,05	VALID
14	0,717	0,202	0,05	VALID
15	0,597	0,202	0,05	VALID
16	0,737	0,202	0,05	VALID
17	0,661	0,202	0,05	VALID
18	0,752	0,202	0,05	VALID
19	0,687	0,202	0,05	VALID
20	0,751	0,202	0,05	VALID

Berdasarkan tabel 4. 7 dan Tabel 4. 8 seluruh item dinyatakan Valid di karenakan *Person Correlation* lebih besar di bandingkan 0,202.

b. Uji Reliabilitas.

Pengujian tahap reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat dari konsistensi jawaban kuisisioner, sehingga mampu menunjukkan kemamuan sebuah alat ukur. Dalam pengujian ini di lakukan menggunakan Uji Cronbach's Alpha nilai Cronbach's Alpha $\alpha >$

0,6 maka instrumen mampu dinyatakan reliabel hasil dari uji dapat di lihat tabel di bawah ini.

Variabel	Alpha Cronbach 30 responden	Alpha Cronbach 98 responden	Nilai Kritis	Keterangan
Desain Kemasan (Mockup) (X)	0,937	0,933	0,05	RELIABEL
Keputusan Pembelian (Y)	0,937	0,933	0,05	RELIABEL

Berdasarkan uji validitas di atas maka dapat disimpulkan perbandingan dari *r* hitung dengan *r* tabel yaitu:

1. Jika nilai *r* hitung > *r* tabel = maka reliabel.
2. Jika nilai *r* hitung < *r* tabel = maka tidak reliabel.

Untuk mencari nilai *r* tabel dengan *N* = 98 pada signifikansi 5% pada distribusi nilai *r* tabel statistik maka di peroleh nilai dari *r* tabel yaitu (0,202). Maka dapat di simpulkan Variabel X desain kemasan Mockup 0,933 > 0,05 Maka Variabel dinyatakan reliabel, variabel Y Keputusan Pembelian 0,933 > 0,05 maka dapat disimpulkan variabel Y dinyatakan reliabel.

- c. Uji Asumsi Klasik.
1. Uji Normalitas.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.47497479
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.044
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.855
Asymp. Sig. (2-tailed)		.457

a. Test distribution is Normal.

b. calculated from data

Dari uji normalitas di atas maka dapat di jelaskan uji normalitas dapat dikatakan normal apabila nilai tingkat signifikansi lebih besar dari > 0,05 uji normalitas Kolomogrov Smirnov merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak, model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal berdasarkan uji normalitas nilai signifikansi 0,457 > 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas.

Gambar 4. 2 Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * DESAIN KEMASAN MOCKUP	Between Groups (Combined)	1588.408	15	105.894	8.781	.000
	Linearity	1405.957	1	1405.957	116.586	.000
	Deviation from Linearity	182.452	14	13.032	1.081	.387
	Within Groups	988.867	82	12.059		
	Total	2577.276	97			

Uji linieritas untuk mengetahui bentuk hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat Maka untuk dasar pengambilan keputusan ialah sebagai berikut:

1. Jika nilai Sig Deviation from linierity > 0,05 maka akan terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.
2. Jika nilai Sig Deviation from linierity > 0,05 maka tidak terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel pengikat.

Maka dapat di simpulkan nilai dari sig deviation from linierity (0,387 > 0,05) terjadi linier antara variabel bebas dan variabel pengikat.

d. Uji Hipotesis.

1. Uji t.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.880	3.212		2.136	.035
	desain kemasan Mockup	.783	.073	.739	10.735	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

$$T \text{ tabel} = t (a / 2 = n - k - 1)$$

$$A = 5\% = t (0,05 / 2 = 98 - 2 - 1)$$

$$= 0,025 = 95$$

$$= 1,985$$

$$= 1,986$$

Variabel X terhadap Y nilai Sig 0,00 < 0,05

$$T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$$

$$10,730 > 1,986$$

Sesuai dengan tabel diatas yaitu hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh desain kemasan mockup (X) terhadap keputusan pembelian (Y) 0,000 < 0,05 dan nilai T hitung 10,735 > 1,968 maka Ho1 di tolak dan desain kemasaaan mockup terhadap keputusan pembelian secara signifikan.

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1405.957	1	1405.957	115.231	.000
Residual	1171.319	96	12.201		a
Total	2577.276	97			

a. Predictors: (Constant), Desain Kemasan mockup

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Dari tabel anova tersebut di ketahui bahwa nilai F hitung = 115 231 dengan tingkat signifikansi 0,000 > 0,05 maka model regresi linier dapat di pakai untuk memprediksi variabel partisipan atau variabel desain kemasan mockup (X) terhadap Keputusan pembelian (Y).

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.739a	.546	.541	3.493	2.179

a. Predictors: (Constant), Desain Kemasan mockup

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Kekuatan variabel X terhadap Y bisa di lihat pada tabel model summary untuk hasil R = 0,739 sedangkan R square nya = 0,546 di rubah ke persen jadi kekuatan variabel 54,6 % besarnya nilai korelasi sebesar 0,739 dari output yang di peroleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,546 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 54,6 %.

Interpretasi Hasil Penelitian.

Pengaruh Desain kemasan Mockup Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM mikro.

Berdasarkan dari hasil penelitian yang di peroleh dalam analisis data, maka diketahui $t_{Hitung} > t_{Tabel}$ yaitu dengan besaran $10,730 > 1,986$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau terdapat pengaruh desain kemasan mockup produk terhadap keputusan pembelian produk UMKM mikro Kecamatan Gondang. Berdasarkan hasil uji analisis regresi sederhana, di peroleh persamaan rumus dari analisis regresi linier sederhana $Y = a + bx$ yaitu

$Y = 0,739 + 0,546x$ dari persamaan tersebut dapat dilihat, Dari tabel anova tersebut di ketahui bahwa nilai F hitung = 115 231 dengan tingkat signifikansi 0,000 > 0,05 maka model regresi linier dapat di pakai untuk memprediksi variabel partisipan atau variabel desain kemasan mockup (X) terhadap Keputusan pembelian (Y). Kekuatan variabel X terhadap Y bisa di lihat pada tabel model summary untuk hasil R = 0,739 sedangkan R square nya = 0,546 di rubah ke persen jadi kekuatan variabel 54,6 % besarnya nilai korelasi sebesar 0,739

dari output yang di peroleh koefisien determinasi (R square) sebesar 0,546 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebesar 54,6 %.

Perbandingan Hasil Penelitian yang Dilakukan oleh Teori Pengaruh Desain kemasan Mockup Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM mikro.

Dalam penelitian ini memperoleh hasil bahwa ada pengaruh desain kemasan mockup produk terhadap keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini mendukung teori menurut Gelici - Zeko dkk. (2012) dan (Rundh (2013). Desain kemasan diartikan suatu kegiatan merancang atau perencanaan dari elemen dasar dalam desain kemasan untuk selanjutnya dapat di terapkan dalam pembuatan cetakan wadah kemasan sebuah produk. Suatu desain kemasan dinyatakan sempurna dan efisien, harus memiliki kesan positif dalam segi visualisasi dan kesan daya tarik di mata konsumen dan memiliki dua hal meliputi daya tarik visualisasi estetika dan daya tarik secara praktis atau fungsional. Dengan memperhatikan elemen dasar desain grafis akan menambah kesan indah dalam desain kemasan elemen desain grafis meliputi warna kemasan ilustrasi, desain mockup, Thypografi, dan peletakan informasi Produk. Akan semakin sempurna apabila melalui tahap prototype pembuatan mockup kemasannya sehingga pelaku usaha dapat menentukan desain kemasan yang tepat dalam pangsa pasar yang di tentukan. Sehingga semakin tinggi inovasi desain kemasan akan semakin tinggi ketertarikan terhadap produk dan mampu menentukan keputusan pembelian produk, dengan ini di tandai dengan tingginya penyajian elmen desain kemasan mockup produk kepada keputusan pembelian yang meningkat. Desain kemasan mockup produk (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbandingan Hasil Penelitian yang Dilakukan dengan Penelitian yang Relevan

Sebelumnya penelitian yang dilakukan oleh Heny herawati, muslikah Pengaruh “Promosi dan desain kemasan terhadap keputusan pembelian sari ayu putih langsung (Study kasus pada Factory outlet pt. Martina berto tbk.)”. Variabel dalam penelitian ini adalah. Promosi sebagai variabel (X1) Desain kemasan sebagai variabel (X2) dan Keputusan pembelian menjadi variabel (Y). Dari penelitian tersebut memperoleh hasil terdapat pengaruh signifikan antara Desain kemasan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bawasanya penelitian yang dilakukan peneliti mempunyai pengaruh signifikan serta kuat antara desain kemasan mockup produk terhadap keputusan pembelian kemudian dapat di simpulkan melalui penelitian terdahulu, diatas bahwa penelitian yang peneliti lakukan sama – sama memiliki pengaruh kuat dalam penelitian oleh. Heny Herawati, Muslikah (2019)

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Pengaruh secara parsial variabel bebas (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Desain kemasan mockup produk (X) terhadap Keputusan pembelian (Y) nilai T hitung > T tabel yaitu dengan besaran $10,735 > 1,968$ yang berarti terdapat signifikan sehingga terdapat pengaruh secara parsial antar desain kemasan mockup produk (X) terhadap keputusan pembelian Produk UMKM mikro Kecamatan gondang.
2. Besarnya kontribusi yang di hasilkan oleh variabel bebas X (Desain kemasan mockup produk) terhadap Variabel pengikat Y (Keputusan Pembelian) UMKM mikro Kecamatan Gondang sebesar 54,6 %.

Saran

Bagi Pelaku Usaha UMKM Mikro Kecamatan Gondang.

Hendaknya mempertimbangkan inovasi dari desain kemasan yang di berikan kepada Konsumen UMKM mikro di kecamatan Gondang. Karena memiliki pengaruh terhadap keputusan dalam pembelian produk. Dengan memperhatikan aspek desain yang di pakai dan karakteristik desain grafis maka akan menaik kan omset dalam penjualan dalam usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelazim Mohammed, Nada Bahgat; Garcia Medina, Irene; Gonzalez Romo, Z. (2018). *Abdelazim Mohammed, Nada Bahgat; Garcia Medina, Irene; Gonzalez Romo, Zahaira. Kemasan, P. D., Rasa, C., & Produk, D. A. N. V. (2016). ANUGERAH. 1.*
- Cahyorini & Rusfian. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & organization* [Http://www.rubrik.web.id](http://www.rubrik.web.id). Klasifikasi Kemasan
- Cortina-mercado, M., & Riko, P. (2017). *Pengaruh desain kemasan terhadap pembelian proses keputusan: perbandingan generasi. 11(2), 11–26.* Ninla Elmawati Falabiba. (2019). 濟無 *No Title No Title No Title. 63–80.*
- RESMI, N., & WISMIARSI, T. (2015). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya, 13(1), 1–20.* <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i1.3335>
- Salem, M. Z. (2016). *Pengaruh desain kemasan susu formula terhadap keputusan pembelian wanita Palestina menyusui. (13).*
- Setiawan, U. (2018). Kemasan sebagai Identitas Produk. *Prosiding, 39–44.*
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi, 6(1), 51–58.*
- Villela, lucia mariaaversa. (2013). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689–1699.*
- Widhiarso, W. (2010). *Catatan Pada Uji Linieritas Hubungan.*