

## ABSTRACT

Abdul Ghoni, 2022, The Effect of Product Packaging On Consumer Interest In Pt. Mega Global Food Industry (Kokola Biscuits). Final Project. Industrial Engineering Study Program, Strata One Kadiri University, Supervisor: (I) Ana Komari, (II) Imam Safi'i

The appearance of the packaging of a product has an effect in the eyes of consumers, because through the packaging consumers get a message from the contents of the product in it, either through the writing of information written on the packaging, or from the appearance of a package that gives its own image or impression in the eyes of consumers, so that consumers can decide whether to buy or not buy a product. Packaging is a part that wraps or accommodates a product with the aim of protecting the product so that the quality of the product is maintained properly. The purpose of this study is to find out the Brand (X1), Image (X2), Color (X3), Shape (X4), Packaging Material (X5), Label (X6), How to present (X7) on packaging to consumer interest. This research method uses a linear regression trend using statistical analysis of the T test and the F test. While the influence of Color (X3), Shape (X4), Packaging Material (X5), and Way of Presentation (X7) is not of partial value. This is because the respondents have not been in accordance with what was expected. The packaging attribute that most influences consumer interest is the brand. This is the main cause, that the biscuit kokola product has been known to various circles.

**Keywords** : kokola biscuits, packaging, consumer interest

## **ABSTRAK**

Abdul Ghoni, 2022, Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Konsumen Di Pt. Mega Global Food Industri (Kokola Biskuit). Tugas Akhir. Program Studi Teknik Industri, Strata Satu Universitas Kadiri, Pembimbing: (I) Ana Komari, (II) Imam Safi'i

Tampilan kemasan suatu produk berpengaruh dimata konsumen, karena melalui kemasan tersebut konsumen mendapatkan pesan dari isi produk di dalamnya, baik melalui tulisan informasi yang tertulis di kemasan tersebut, maupun dari tampilan suatu kemasan yang memberikan citra atau kesan tersendiri di mata konsumen, sehingga konsumen bisa memutuskan untuk membeli maupun tidak membeli suatu produk. Kemasan yaitu bagian yang membungkus atau mewadahi suatu produk dengan tujuan untuk melindungi produk supaya kualitas produk tetap terjaga dengan baik. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui Merk (X1), Gambar (X2), Warna (X3), Bentuk (X4), Bahan Kemasan (X5), Label (X6), Cara penyajian (X7) pada kemasan terhadap minat konsumen. Metode penelitian ini menggunakan trend linier regression menggunakan analisa statistik uji T dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pengaruh Merk (X1), Gambar (X2), Label (X6) terhadap minat konsumen dinyatakan ada peran parsial. Sedangkan pengaruhWarna (X3), Bentuk (X4), Bahan Kemasan (X5), dan Cara penyajian (X7) tidak bernilai parsial. Hal ini dikarenakan bagi responden belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Atribut kemasan yang paling mempengaruhi minat konsumen adalah merk. Ini menjadi penyebab utama, bahwa produk kokola biskuit telah dikenal berbagai kalangan.

**Kata Kunci** : kokola biskuit, kemasan, minat konsumen