

ABSTRAK

Rumah sekara merupakan sebuah UMKM yang bergerak dibidang *food and baverage* yang memproduksi olahan kopi dan non kopi serta makanan berat dan cemilan. Namun peneliti lebih memfokuskan pada kemasan produk yang menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan di rumah sekara, peneliti menemukan masalah dalam keberlangsungan perusahaan yaitu keputusan pembelian konsumen . berdasarkan hasil observasi dan wawancara permasalahan tersebut diduga karena kemasan produk yang belum optimal dan makanan yang di sediakan kurang tepat untuk menggunakan kemasan produk tersebut.

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui gambaran umum pada Rumah Sekara, mengetahui kondisi kemasan produk pada Rumah Sekara, mengetahui kondisi keputusan pembelian konsumen pada Rumah Sekara, mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Rumah Sekara, mengetahui hambatan dan upaya yang dilakukan Rumah Sekara.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis metode deskriptif . Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui kuisisioner, wawancara dan observasi. Penyebaran kuisisioner kepada 30 orang responden. Teknik analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, uji hipotesis , dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil peneltian yang telah dilakukan kemasan produk dan keputusan pembelian konsumen dengan menggunakan uji koefisien determinasi menunjukan bahwa nilai koefisien determinasi X terhadap Y sebesar 47,9% pengaruhnya, sedangkan sisanya sebesar 52,1% merupakan pengaruh atau kontribusi dari variabel eksternal yang tidak diteliti pada variabel internal penelitian. Seperti lokasi, harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Adapun hambatan-hambatan yang dihadapi Rumah Sekara, Perilaku konsumen yang dominan melakukan Dine-in daripada takeaway sehingga kurangnya penggunaan besek. Dalam penggunaan kemasan produk berupa besek dinilai kurang efektif dan efisien karena makanan yang disediakan cenderung berminyak dan sedikit berkuah. Kurangnya promosi produk makanan sehingga penggunaan besek tidak banyak.

Saran peneliti terhadap Rumah Sekara ialah diharapkan Rumah Sekara lebih memperhatikan dalam mempromosikan terkhusus pada makanan berat yang menggunakan besek , sebaiknya rumah sekara lebih banyak membuat *content* yang bisa memunculkan kemasan produk (besek) ketika mempromosikan pada sosial medianya terkhusus instagram dengan *fitur snapgram*. Karena *snapgram* lebih berpotensi untuk menjangkau *viewers* terhadap sesuatu yang diunggah. Dan Makanan yang mengandung sedikit kuah dan berminyak disarankan untuk menggunakan kemasan pendukung seperti plastik sebagai pembungkusnya baru dilanjutkan penggunaan besek sebagai kemasan akhirnya.

Kata kunci : Kemasan Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRACT

Rumah Sekara is an MSME engaged in the food and beverage sector, which produces processed coffee and non-coffee as well as heavy meals and snacks. However, researchers focus more on product packaging which is one of the factors that consumers consider when making a purchase. Based on the results of preliminary research conducted at home now, the researchers found a problem in the sustainability of the company, namely consumer purchasing decisions. Based on the results of observations and interviews, the problem is suspected because the product packaging is not optimal and the food provided is not appropriate to use the product packaging.

The purpose of this study is to find out the general description of Rumah Sekara, to know the condition of product packaging at Rumah Sekara, to know the condition of consumer purchasing decisions at Rumah Sekara, to find out how much influence product packaging has on consumer purchasing decisions at Rumah Sekara, to find out the obstacles and efforts made by Rumah Sekara. now.

The research method used in this research is quantitative research with descriptive method. Data collection techniques used through questionnaires, interviews and observations. Distribution of questionnaires to 30 respondents. The data analysis technique used was validity test, reliability test, simple linear regression, hypothesis testing, and coefficient of determination.

Based on the results of research that has been carried out on product packaging and consumer purchasing decisions using the coefficient of determination test, it shows that the value of the coefficient of determination X against Y is 47.9% the effect, while the remaining 52.1% is the influence or contribution of external variables not examined in this study. research internal variables. Like location, price can influence purchasing decisions.

As for the obstacles faced by Rumah Sekara, the dominant consumer behavior is to dine-in rather than takeaway so that there is less use of besek. In the use of product packaging in the form of besek, it is considered less effective and efficient because the food provided tends to be oily and slightly gravy. Lack of promotion of food products so that the use of besek is not much.

The researcher's suggestion to Rumah Sekara is that it is hoped that Rumah Sekara will pay more attention to promoting especially heavy food that uses besek, it is better for Sekara's house to create more content that can bring up product packaging (besek) when promoting on social media, especially Instagram with the snapgram feature. Because snapgram has more potential to reach viewers for something uploaded. And Foods that contain a little gravy and are oily are advised to use supporting packaging such as plastic as a wrapper and then use a besek as the final packaging.

Keywords: *Product Packaging, Consumer Purchase Decision*

ABSTRAK

Rumah Sekara mangrupa UMKM anu usaha dina widang kadaharan jeung inuman anu ngahasilkeun olahan kopi jeung non kopi ogé kadaharan beurat jeung jajanan. Nanging, peneliti langkung difokuskeun kana bungkus produk anu mangrupikeun salah sahiji faktor anu dipertimbangkeun ku konsumen nalika ngagaleuh. Dumasar kana hasil panilitian awal anu dilakukeun di bumi ayeuna, panalungtik mendakan masalah dina kelestarian perusahaan, nyaéta kaputusan pembelian konsumen. Dumasar kana hasil observasi jeung wawancara, masalah dicurigai ku sabab kemasan produk henteu optimal sarta kadaharan anu disadiakeun henteu luyu ngagunakeun kemasan produk.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho gambaran umum ngeunaan Rumah Sekara, pikeun mikanyaho kaayaan kemasan produk di Rumah Sekara, pikeun mikanyaho kaayaan kaputusan meuli konsumen di Rumah Sekara, pikeun mikanyaho sabaraha pangaruh kemasan produk ka konsumen. kaputusan beuli di Rumah Sekara, pikeun manggihan halangan-halangan jeung usaha anu dilakukeun ku Rumah Sekara. ayeuna.

Métode panalungtikan anu digunakeun dina ieu panalungtikan nyaéta panalungtikan kuantitatif kalawan métode déskriptif. Téhnik ngumpulkeun data digunakeun ngaliwatan angkét, wawancara jeung observasi. Distribusi kuesioner ka 30 réspondén. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, uji hipotésis, jeung koefisien determinasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilaksanakeun dina kemasan produk jeung kaputusan meuli konsumen ngagunakeun uji koefisien determinasi, nuduhkeun yén nilai koefisien determinasi X ngalawan Y nyaéta 47,9% pangaruhna, sedengkeun sésana 52,1% nyaéta pangaruh atawa kontribusi variabel éksternal anu henteu ditalungtik dina ieu panalungtikan. panalungtikan variabel internal. Kawas lokasi, harga bisa mangaruhan kaputusan purchasing.

Sedengkeun pikeun kendala anu disanghareupan ku Rumah Sekara, paripolah konsumen anu dominan nyaéta dine-in tinimbang takeaway sangkan kurang ngagunakeun besek. Pamakéan bungkus produk dina bentuk besek dianggap kurang éféktif jeung éfisién sabab kadaharan anu disadiakeun condong berminyak sarta rada kuah. Kurangna promosi produk pangan sahingga pamakéan besek teu loba.

Saran panalungtik ka Rumah Sekara, dipiharep Rumah Sekara leuwih merhatikeun promosi utamana kadaharan beurat anu ngagunakeun besek, leuwih hade imah Sekara nyieun deui eusi anu bisa ngamunculkeun kemasan produk (besek) nalika promosi dina sosial. média, utamana Instagram kalawan fitur snapgram. Kusabab snapgram boga potensi leuwih pikeun ngahontal pemirsa pikeun hal diunggah. Sareng Pangan anu ngandung kuah sakedik sareng berminyak disarankan ngagunakeun bungkus pendukung sapertos plastik salaku bungkus teras nganggo besek salaku bungkus akhir.

Kata Kunci: Kemasan Produk, Kaputusan Meuli Konsumén