

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

KUALITAS DESAIN KEMASAN BAKPIAKU DALAM KONTEN INSTAGRAM @BAKPIAKU DAN MINAT BELI FOLLOWERS

Annisaa Nur Rachma Kusmanto

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75195&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemasan salah satu pemberi gambaran awal dari suatu produk baik itu dari segi kualitas maupun nilai produk yang ditawarkan produsen. Menjual produk dengan kemasan dan desain yang tepat adalah untuk mendapatkan perhatian bagi para calon konsumen sehingga terjadi proses pembelian. Minat beli adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Paradigma penelitian ini positivisme. jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey. Populasi dalam penelitian ini adalah followers instagram @bakpiaku, sampel yang didapatkan sebanyak 100 responden dengan mengukur menggunakan rumus slovin. Selanjutnya, penelitian ini melakukan Metode analisis data menggunakan analisis statistika deskriptif dan Crosstabulation (Tabulasi silang). Lokasi penelitian berada di rumah peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel X ?Kualitas desain kemasan bakpiaku dalam konten instagram @bakpiaku? berada pada kategori tinggi dengan presentase 64%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ?Kualitas desain kemasan bakpiaku dalam konten instagram @bakpiaku? berkualitas dari desain grafis, struktur desain, dan informasi desain. Vriabel Y ?Minat beli Followers? berada pada kategori tinggi dengan presentase 61%. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa responden tertarik membeli produk Bakpiaku dari identitas, keunikan, dan keunggulan yang ada di Bakpaiaku.

Berdasarkan hasil hitung tabulasi silang antara variabel X ?Kualitas desain kemasan bakpiaku dalam konten instagram @bakpiaku? dan variabel Y ?Minat beli Followers?, frekuensi tertinggi (61.0%) 61. Pada pertemuan variabel ?Kualitas desain kemasan bakpiaku dalam konten instagram @Bakpiaku? tinggi dan ?Minat beli followers? tinggi. Peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya menambahkan variabel lainnya, atau pula peneliti selanjutnya bisa meneliti desain kemasan fisiknya tanpa menggunakan media sosial instagram, menggunakan model VIEW (Visibility, Information, Emotional Appeal, Workability) untuk meneliti desain kemasan terhadap minat beli.