

ABSTRAK

PENGARUH DIMENSI KEMASAN PRODUK TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN TENTANG PENGGUNAAN ULANG KEMASAN PRODUK (STUDI PADA KONSUMEN *STATIONERY* DI BANDAR LAMPUNG)

OLEH:

M. OVIENDO MACHYA IVANA

Dewasa ini isu tentang pencemaran lingkungan sangatlah kuat, produk *stationery* adalah satu dari sekian produk yang menjadi penyumbang limbah di lingkungan yang sulit diuraikan, para produsen produk *stationery* yang menaruh perhatian pada fenomena ini menciptakan suatu kemasan produk multifungsi yang dapat digunakan berulang kali. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kemasan produk (bentuk kemasan, bahan baku kemasan, label kemasan, warna kemasan dan ukuran kemasan) terhadap persepsi konsumen tentang penggunaan ulang kemasan produk.

Data diperoleh melalui kuesioner yang di distribusikan kepada 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel dari penelitian ini dipilih berdasarkan populasi pada objek penelitian ini, yaitu konsumen dari produk *stationery* di Bandar Lampung. Analisis Linier berganda adalah model analisis yang digunakan pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa label yang dapat dipisah dari kemasan, warna kemasan dan ukuran kemasan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penggunaan ulang kemasan pada produk *stationery*. Sementara itu, bentuk kemasan dan bahan baku kemasan mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap penggunaan ulang kemasan pada produk *stationery*. Hasil penemuan ini menunjukkan implikasi yang dapat membantu produsen *stationery* untuk melakukan pengembangan strategi dalam menciptakan kemasan produk yang ramah lingkungan dan dapat digunakan secara berulang.

Keywords: Kemasan produk *stationery*, bentuk kemasan, bahan baku kemasan, label yang dapat dipisah dari kemasan, warna kemasan, ukuran kemasan, persepsi konsumen tentang penggunaan ulang kemasan produk

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRODUCT PACKAGING DIMENSIONS ON
CONSUMER PERCEPTION ABOUT REUSABILITY OF
PRODUCT PACKAGING
(STUDY ON CONSUMER STATIONERY IN BANDAR LAMPUNG)
BY :**

M. OVIENDO MACHYA IVANA

Nowadays, environmental pollution is become very strong issue, stationery products are one of the many products which contribute waste in the environment that difficult to break apart, stationery manufacturers who paid attention to this phenomenon create a multifunctional product packaging that can be reused. The purpose of this study was to determine the effect of product packaging dimensions (packaging form, packaging raw materials, packaging labels, packaging colors and packaging sizes) on consumer perceptions about reusability of product packaging.

Data obtained through a questionnaire distributed to 100 respondents by using purposive sampling technique. The sample of this study are the consumers of stationery products in Bandar Lampung. Multiple Linear Analysis used in this study.

The results from this study indicate the labels that can be separated from packaging, packaging color and packaging size do not had significant effect on reusability of packaging in stationery products. On the other side, the form of packaging and the raw materials of packaging had a significant and positive influences on reusability of packaging in stationery products. These findings implications may help stationery manufacturers to develop strategies for creating environmental friendly and reusable product packaging.

***Keywords:* Stationery packaging , form of packaging, packaging, raw materials of packaging, labels of packaging, colors of packaging, sizes of packaging, consumer perceptions about reusability of product packaging**