

ABSTRAK

PENGARUH DESAIN KEMASAN PRODUK DAN DESAIN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN KOPI JANJI JIWA DI BANDAR LAMPUNG

OLEH
FANI ANDI PRASETYO

Minuman Kopi Janji Jiwa mengadopsi konsep *fresh-to-cup* yang menyajikan pilihan Kopi Lokal Indonesia. Penyajian yang trendi dan tetap menghadirkan produk-produk klasik bercita rasa kopi. Untuk menjaga kualitas mutu memakai biji yang dibeli langsung dari petani serta diproses secara teliti, juga memanggang biji kopi tersebut dengan standar internasional oleh roaster yang berkompeten sehingga menjamin cita rasa yang konsisten saat diminum. Adapun permasalahannya adalah Apakah desain kemasan produk dan desain iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Kopi Janji Jiwa di Bandar Lampung. Dengan menggunakan angket dari sampel 100 responden, hipotesis diuji secara statistik, ternyata Hasil pengujian hipotesis untuk variabel bebas secara menyeluruh dengan uji F pada tingkat kepercayaan 95% dan Uji t untuk masing-masing variabel bebas. Menunjukkan secara statistik bahwa semua variabel bebas yaitu desain kemasan produk dan desain iklan terhadap keputusan pembelian minuman Kopi Janji Jiwa di Bandar Lampung dapat diterima. Perusahaan sebaiknya lebih meningkatkan lagi desain kemasan produk yang dimiliki oleh Kopi Janji Jiwa kepada konsumen sehingga konsumen dapat lebih tertarik lagi terhadap Kopi Janji Jiwa. Desain kemasan produk yang harus ditingkatkan lagi dengan memberi variasi gelas minuman yang bercangkir atau bibir gelas yang polos. Perusahaan sebaiknya menggunakan variasi media iklan tidak hanya medi sosial untuk tetap mendapatkan nilai yang baik dimata konsumen, perusahaan dapat menggunakan kotak saran, katalog atau brosur-brosur.

Kata Kunci: Desain Kemasan Produk, Desain Iklan, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF PRODUCT PACKAGING DESIGN AND ADVERTISING DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF PROMISE COFFEE DRINK IN BANDAR LAMPUNG

BY
FANI ANDI PRASETYO

Janji Jiwa Coffee Drink adopts a fresh-to-cup concept that serves a selection of Indonesian Local Coffee. Trendy presentation while still presenting classic coffee-flavoured products. To maintain quality, use beans purchased directly from farmers and carefully processed, as well as roasting the coffee beans to international standards by a competent roaster so as to ensure a consistent taste when drunk. The problem is whether the product packaging design and advertising design affect the purchasing decision of the Kopi Janji Jiwa drink in Bandar Lampung. By using a questionnaire from a sample of 100 respondents, the hypothesis was tested statistically, in fact the results of hypothesis testing for the independent variables were comprehensive with the F test at a 95% confidence level and the t test for each independent variable. It shows statistically that all the independent variables, namely product packaging design and advertising design, on the purchasing decision of the Kopi Janji Jiwa drink in Bandar Lampung are acceptable. The company should further improve the packaging design of the products owned by Kopi Janji Jiwa to consumers so that consumers can be more interested in Kopi Janji Jiwa. Product packaging design that must be improved again by giving a variety of drinking glasses with cups or plain glass lips. Companies should use a variety of advertising media not only social media to keep getting good value in the eyes of consumers, companies can use suggestion boxes, catalogs or brochures.

Keywords: Product Packaging Design, Advertising Design, Purchase Decision.