

ABSTRAK

Reza Aprizal. 3402220128. Pengaruh *Packaging* dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi pada UMKM Rismaya Snack Kawali). Di bawah bimbingan Bapak Dr. H. Yusup Iskandar, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Dr. Marlina Nur Lestari, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya minat beli konsumen pada Rismaya Snack Kawali yang dapat dilihat dari masih terdapat konsumen yang lebih berminat pada produk makanan ringan lain selain dari Rismaya Snack Kawali seperti Ma Ichi, Karuhun Food, Widuri Jaya Snack dan lain sebagainya. Hal tersebut diakibatkan oleh belum optimalnya *packaging* dan persepsi harga. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *packaging* terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali?; 2) Bagaimana pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali?; 3) Bagaimana pengaruh *packaging* dan harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali?. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1) Besaran pengaruh *packaging* terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali; 2) Besaran pengaruh harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali; 3) Besaran pengaruh *packaging* dan harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *survey* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah rata-rata konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali yang melakukan pembelian pada bulan Desember 2024 sampai dengan November 2025 yang berjumlah 1.154, sampel yang dipilih adalah sebanyak 92 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *packaging* terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali. Artinya jika *packaging* sudah baik maka minat beli konsumen akan meningkat; 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali. Artinya jika harga sudah baik maka minat beli konsumen akan meningkat; 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan *packaging* dan harga terhadap minat beli konsumen pada UMKM Rismaya Snack Kawali. Artinya jika *packaging* dan harga sudah baik maka minat beli konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Packaging*, Harga dan Minat Beli Konsumen