

ABSTRAK

SOVIA NUR HIDAYATI. NIM 3402190023. Pengaruh Desain *Packaging* dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu Studi Pada Konsumen Kedai Kopian Dulu Kawali). Dibawah bimbingan Bapak Dr. H. Enas, S.E., M.M (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M (Pembimbing II)

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Desain *Packaging* dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen (Suatu studi pada konsumen Kedai Kopian Dulu Kawali). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi 1]. Bagaimana pengaruh desain *packaging* terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali?; 2]. Bagaimana pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali?; 3]. Bagaimana pengaruh desain *packaging* dan promosi terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali?; Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1]. Untuk mengetahui pengaruh desain *packaging* terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali; 2]. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali; 3]. Untuk mengetahui pengaruh desain *packaging* dan promosi terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Untuk teknik menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis (uji t), analisis koefisien korelasi berganda, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis (uji f). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa desain *packaging* dan promosi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali, sehingga hipotesis diterima dan teruji kebenarannya. Maka ketika desain *packaging* dan promosi meningkat minat beli konsumen di Kedai Kopian Dulu Kawali juga akan meningkat. Diharapkan pada Kedai Kopian Dulu Kawali selalu berusaha untuk meningkatkan Desain *Packaging* dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen agar konsumen merasa puas akan desain kemasan yang diberikan.

Kata Kunci: Desain *Packaging*, Promosi, Minat Beli Konsumen