

PENGARUH KEMASAN PRODUK LAYS TERHADAP PERILAKU KONSUMEN

(Survei pada siswa-siswi kelas X SMA Hang Tuah 1 Jakarta tahun ajaran 2016-2017)

RIZKI DARMAYANTI

ABSTRAK

Kemasan Lays kini memiliki perubahan desain kemasan yang sangat menarik perhatian konsumen, dibandingkan kemasan Lays yang lama. Konsumen membutuhkan waktu beberapa menit untuk memilih produk yang dicari, di karenakan jenis produk yang semakin banyak sehingga konsumen harus pintar memilih. Salah satunya yang diperhatikan konsumen yaitu desain kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Kemasan produk Lays terhadap Perilaku Konsumen. Tinjauan pustaka Kemasan yang baik adalah kemasan yang dapat menyesuaikan kemasan dengan fungsinya, Perilaku Konsumen dapat dikatakan sebagai proses dan kegiatan yang terlibat ketika orang mencari, memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi produk dan jasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif, jenis penelitian *eksplanatif*, dan metode penelitian ini menggunakan metode survei. populasi penelitian ini adalah siswa-siswi kelas X SMA Hang Tuah 1 Jakarta tahun ajaran 2016-2017 sebanyak 240 orang dengan sampel penelitian 71 orang dari rumus *slovin*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Korelasi antara Kemasan produk Lays dengan Perilaku Konsumen yaitu sangat tinggi. Uji Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa 58,5% Perilaku Konsumen dipengaruhi oleh Faktor variabel Kemasan produk Lays. Uji Hipotesis menunjukkan bahwa Kemasan produk Lays berpengaruh secara signifikan terhadap Perilaku Konsumen.

Kata Kunci : Kemasan, Produk Lays, Perilaku Konsumen

**INFLUENCE OF PRODUCTS PACKAGING LAYS ON
CONSUMER BEHAVIOR**
**(Survey on the students of SMA Hang Tuah 1 Jakarta academic
year 2016-2017)**

RIZKI DARMAYANTI

ABSTRACT

Lays packaging now has a design change in packaging that attracts the attention of consumers, rather than the old Lays packaging. Consumers take a few minutes to choose the product sought, because the type of product that more and more so that consumers must be smart to choose. One of them is the attention of the consumer packaging design. This study aims to determine the magnitude of the effect of Lays Packaging products on Consumer Behavior. Literature review Good packaging is a package that can adjust to its function, Consumer Behavior can be said as the process and activities involved when people search, select, buy, use, evaluate the product And services. This research uses Quantitative approach, explanative research type, and this research method using survey method. The population of this research is high school students of SMA Hang Tuah 1 Jakarta academic year 2016-2017 as many as 240 people with research sample 71 people from slovin formula. This research uses regression analysis technique. The results of this study indicate that the correlation between Packaging Lays product with Consumer Behavior is very high. Determination Coefficient Test showed that 58.5% Consumer Behavior influenced by variable factor Lays product packaging. test Hypothesis shows that Packaging Lays product significantly influence Consumer Behavior.

Keywords : Packaging, Product Lays, Consumer Behavior