

HUBUNGAN DAYA TARIK KEMASAN BOTOL PADA TEH GELAS DENGAN PEMBELIAN KONSUMEN (SURVEY PADA SISWA SMK 28 OKTOBER 1928)

Budi Karsetio Wibowo

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan daya tarik kemasan botol pada Teh Gelas dengan pembelian konsumen. Teori Dasar dalam penelitian ini meliputi, teori periklanan dan kemasan. Jenis Penelitian adalah penelitian kuantitatif dengan metode *Survei Eksplanatif*. Populasi dari penelitian ini adalah siswa dan siswi dari SMK 28 Oktober 1928 yang berjumlah 566 orang, teknik pengambilan sample dengan menggunakan teknik *Propositional Stratified Sampling*, kemudian besar jumlah sample yang diambil berdasarkan perhitungan menggunakan Rumus Slovin menggunakan dengan tingkat presisi 10%, diperoleh 85 responden. Teknik Pengumpulan Data yaitu dengan menyebar kuesioner, melakukan observasi atau pengamatan serta studi kepustakaan. Teknis Analisis Data menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y. Hasil Penelitian menggunakan rumus Korelasi Pearson Product Moment menunjukkan adanya hubungan antara kemasan botol pada Teh gelas dengan pembelian konsumen. Untuk nilai signifikansi 0,05 dengan tabel r yaitu 0,735. Nilai hasil perhitungan dengan rumus Pearson, yaitu $0,735 > 0,211$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kesimpulan dari penelitian ini terdapat hubungan antara daya tarik kemasan botol pada Teh Gelas dengan pembelian konsumen. Saran, PT Orang Tua Group dengan produknya Teh Gelas dapat terus berkreasi dalam membuat inovasi kemasan agar lebih dapat menarik perhatian konsumen.

Kata Kunci : Hubungan, Daya Tarik

**Relations Attractiveness Packing a Bottle on Teh Gelas
With The Purchase of The Consumer
(Survey On The Kids 28 Oktober 1928)**

Budi Karsetio Wibowo

Abstract

Research, this aims to understand the relation of appeal in a bottle of packaging Teh Gelas with the purchase of consumers. Basic Theories, in this research are the theory of advertising and packaging. A Kind of Research, this is the quantitative with a method of surveying eksplanatif. The population of this research is that students of smkn 28 October 1928 in 566 people, of the sample to use sampling techniques proposional stratified, then many sample taken based on calculations using formulas slovin using precision 10 %, with low acquired 85 respondents. Data Collection Techniques, with spreads questionnaires as do observation. Technical Data Analysis of variable variable x and y. Research Result, with using formulas correlation pearson product moment indicating the existence of the relationship between packing a bottle on Teh Gelas with the purchase of consumers .To value significance 0.05 with tables r namely 0,735 .The value of the result of reckoning with the formula pearson, namely $0,735 > 0,211$ then H_0 were rejected and H_a accepted. Suggestion, PT. Orang Tua group with their products can continue to create a Teh Gelas in making the packaging innovation so that consumers can draw more attention.

Key Word: Relations, Attractiveness