

**PERANCANGAN DAN ANALISIS PENGARUH KEMASAN MADU HUTAN
KECAMATAN LUNYUK BESERTA ATRIBUT PENDUKUNGNYA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

***DESIGN AND ANALYSIS OF THE EFFECT OF FOREST HONEY PACKAGING
IN LUNYUK DISTRICT AND THEIR SUPPORTING ATTRIBUTES
ON CONSUMER BUYING INTEREST***

**Ayu Desi Septiani¹, Mega Trishuta Pathiassana^{*2}, Nila Adelina Saputri¹, Nurul
Gaibi¹, Lestian¹, Nuriman¹, Rimba Trishuta Pathiussina³**

¹Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Universitas Teknologi Sumbawa
²Program Studi Konservasi Sumber Daya Alam, Universitas Teknologi Sumbawa
³Program Studi Bioteknologi, Universitas Teknologi Sumbawa

*E-mail: mega.trishuta@uts.ac.id

(Diterima 21-07-2022; Disetujui 26-12-2022)

ABSTRAK

Madu hutan Apis dorsata merupakan salah satu produk unggulan dari Kecamatan Lunyuk, Sumbawa. Tidak sedikit masyarakat Sumbawa yang meyakini bahwa produk madu hutan dari wilayah tersebut memiliki mutu yang lebih baik dibandingkan wilayah lainnya di Kabupaten Sumbawa. Sayangnya, selama ini masyarakat di Kecamatan Lunyuk masih mengelola produk tersebut dengan secara konvensional, termasuk kemasannya yang kebanyakan masih menggunakan botol bekas kemasan air mineral atau botol plastik lainnya yang ditempel dengan stiker label yang mudah rusak. Penelitian ini bertujuan untuk merancang kemasan produk madu hutan di Kecamatan Lunyuk yang berperan untuk meningkatkan peluang pasar bagi para produsen madu di wilayah tersebut. Selain itu, bagi konsumen, kemasan sangat berguna untuk mendapatkan informasi terkait produk madu tersebut. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner yang mengaplikasikan skala kesukaan pada 150 responden yang terdiri atas tenaga pendidik dan dosen Universitas Teknologi Sumbawa. Teknik sampling yang digunakan adalah simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga madu, rancangan dan ukuran kemasan madu hutan yang telah dipersiapkan, serta atribut pendukung kemasan lainnya berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk. Selain itu, variabel bebas (X) dapat menjelaskan sebesar 42,5% dari variabel terikatnya (Y) di mana 57,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata kunci: kemasan, madu hutan, Lunyuk, Sumbawa, minat beli

ABSTRACT

Apis dorsata forest honey is one of the superior products from Lunyuk District, Sumbawa. Not a few Sumbawa people believe that forest honey products from this area have better quality than other areas in Sumbawa Regency. Unfortunately, so far, people in Lunyuk District still manage these products conventionally, including the packaging, which mostly still uses used mineral water bottles or other plastic bottles attached with labels that are easily damaged. This study aims to design forest honey product packaging in Lunyuk District which has a role to increase market opportunities for honey producers in the region. In addition, for consumers, packaging is very useful to get information related to the honey product. The method used in this research is to use a questionnaire that applies a preference scale to 150 respondents consisting of educators and lecturers at the Sumbawa University of Technology. The sampling technique used is simple random sampling. The results showed that the price of honey, the design and size of the forest honey packaging that had been prepared, as well as other supporting attributes of the packaging had a significant effect on buying interest in forest honey in Lunyuk District. In addition, the independent variable (X) can explain

42.5% of the dependent variance (Y) where the remaining 57.5% is influenced by other variables not explained in this study.

Keywords: packaging, forest honey, Lunyuk, Sumbawa, buying interest

PENDAHULUAN

Produksi madu yang ada di Indonesia masih didominasi oleh madu hutan, yakni 70% dari total produksi yang ada, sementara 30% berasal dari peternakan lebah yang dibudidayakan oleh masyarakat (R. R. Putra & Rosnita, 2015). Salah satu wilayah yang banyak menghasilkan madu adalah Kecamatan Lunyuk, Sumbawa. Sayangnya, madu di wilayah ini masih dikelola secara konvensional atau tradisional, termasuk kemasannya.

Kemasan adalah sebuah wadah atau pembungkus yang dapat melindungi dan menjaga mutu suatu barang atau produk pada saat proses penyimpanan, pengantaran atau pendistribusian maupun saat dipajang atau dipamerkan di etalase toko atau pasar lainnya (Said, 2016). Jika dahulu kemasan hanya berfungsi sebagai wadah atau pembungkus suatu produk agar terhindar dari kotoran, debu, udara, dan sinar matahari, maka sekarang kemasan juga berfungsi sebagai media penarik perhatian konsumen untuk membeli produk (A. Putra, 2018). Oleh sebab itu, banyak perusahaan kini semakin

mempertimbangkan teknik yang lebih efektif untuk mendapatkan daya tarik konsumen. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kemasan suatu produk adalah hal pertama yang diperhatikan pelanggan. Dari sudut pandang visual, kemasan produk akan meninggalkan citra tertentu pada konsumen yang dapat pula memengaruhi keputusan pembelian mereka (Rukmana, 2019).

Pada umumnya, kemasan madu hutan di Kecamatan Lunyuk masih menggunakan botol bekas air mineral atau stoples plastik dan kaca baru yang hanya ditempelkan dengan label produk sederhana yang mudah rusak. Padahal, jika kemasan produk tersebut dirancang semenarik mungkin, hal ini juga akan berpengaruh pula pada peningkatan nilai produk madu hutan tersebut. Indikator kemasan yang baik biasanya terdiri atas bahan atau material kemasan, logo, warna, ukuran, bentuk, dan desain dari kemasan itu sendiri (Oktavia, 2020).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain kemasan produk madu hutan di Kecamatan Lunyuk terhadap minat beli konsumen. Minat

konsumen terkadang bertentangan dengan situasi keuangan konsumen (Nst & Yasin, 2014). Biasanya, minat beli konsumen berasal dari dalam diri mereka sendiri terkait tentang hal-hal yang diinginkan atau diharapkan terhadap suatu produk. Konsumen yang telah memiliki sikap positif terhadap suatu produk atau merek akan menimbulkan minat beli terhadap produk tersebut (Nulufi & Murwartiningsih, 2015). Beberapa faktor yang memengaruhi minat beli konsumen, di antaranya adalah faktor kualitas, merek, kemasan, harga, ketersediaan barang, dan referensi (Alyani, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan mulai dari Bulan Desember 2021-April 2022 di Kecamatan Lunyuk dan Universitas Teknologi Sumbawa.

Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat lunak Coreldraw untuk merancang kemasan madu hutan di Kecamatan Lunyuk. Kemudian, minat beli konsumen diwawancarai dengan menggunakan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Data yang diperoleh lalu diolah menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 25.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif-deskriptif untuk mengkaji pengaruh kemasan yang telah dirancang terhadap minat beli konsumen madu hutan di Kecamatan Lunyuk.

Variabel dependen (X) adalah kemasan Madu Hutan Kecamatan Lunyuk yang telah dirancang yang dibagi menjadi 4 bagian pertanyaan dalam kuesioner, yaitu desain kemasan (X1), ukuran (X2), harga (X3), dan atribut pendukung (X4). Sedangkan, variabel independen (Y) adalah minat beli konsumen.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner. Responden dari penelitian ini berjumlah 150 orang dari populasi sebanyak 240 orang dan kriteria, sebagai berikut:

- a. Berusia minimal 22 tahun.
- b. Pernah mengonsumsi dan membeli madu di wilayah Sumbawa.

Responden dipilih menggunakan teknik *simple random sampling*, di mana setiap responden memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Jumlah sampel ditentukan dengan rumus slovin (Nalendra et al., 2021) dan tingkat kesalahan yang ditoleransi adalah sebesar 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = sampel

N = populasi

e = batas toleransi kesalahan (5%).

Pengolahan dan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Metode uji validitas melibatkan penggunaan perhitungan korelasi produk moment person dengan tingkat signifikansi 0,05 untuk menghitung korelasi antara skor setiap pertanyaan dan skor total. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel, maka item pertanyaan tidak valid dan jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item pertanyaan valid (Maruto et al., 2015).

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dari alat ukur dapat dilihat dengan menggunakan koefisiensi Cronbach's Alpha, jika nilai yang didapat lebih dari 0,6 dapat diartikan bahwa pertanyaan dalam kuesioner reliabel (Maruto et al., 2015).

3. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel bebas dan variabel terikat atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak (Rosandi & Sudarwanto, 2013). Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample*

Kolmogorov Smirnov Test dengan menggunakan perangkat lunak pengolah data seperti SPSS. Jika nilai signifikansi yang didapat $> 0,05$, maka data terdistribusi dengan normal (Mohammad, 2012).

4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan linear antar variabel bebas dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi antara variabel independen dan bebas dari gejala multikolinearitas.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikoliniearitas, yaitu dengan melihat besaran dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan juga nilai *Tolerance*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai VIF $< 10,00$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$ (Ghozali, 2018).

5. Uji Heteroskedastis

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas dilihat dari nilai

signifikansi dari setiap variabel dependen, jika nilai signifikansi $> 0,05$ berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

6. Model Regresi Linier Berganda

Berikut model analisis dari regresi linier berganda yang dimaksud:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4$$

Y = Minat Beli

a = Konstanta

B₁ = Koefisien Regresi dari Desain Kemasan

B₂ = Koefisien Regresi dari Harga

B₃ = Koefisien Regresi dari Ukuran

B₄ = Koefisien Regresi dari Atribut Pendukung Kemasan

X₁ = Desain Kemasan

X₂ = Harga

X₃ = Ukuran

X₄ = Atribut Pendukung Kemasan

7. Uji Simultan (F)

Uji simultan pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan/bersama-sama terhadap variabel (Rosandi & Sudarwanto, 2013). Pengujian hipotesis dari penelitian ini dilakukan dengan cara berikut:

1. Dengan cara membandingkan F tabel dengan F hitung.

a. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh desain kemasan madu hutan kecamatan Lunyuk dan atribut pendukungnya terhadap minat beli konsumen.

b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh desain kemasan madu hutan kecamatan Lunyuk dan atribut pendukungnya terhadap minat beli konsumen.

2. Dengan cara melihat angka probabilitas (sig), dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Probabilitas $> 0,05$, H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak berpengaruh signifikan.

b. Probabilitas $< 0,05$, H_0 ditolak dan H_a diterima artinya berpengaruh signifikan.

8. Uji Parsial (t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa besar satu variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen (Rosandi & Sudarwanto, 2013). Pengujian hipotesis dengan uji parsial adalah sebagai berikut:

1. Dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel.

a. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada

pengaruh desain kemasan harga, ukuran dan atribut pengukungnya secara individu terhadap minat beli konsumen.

- b. Jika t hitung $>$ t tabel, H_0 ditolak H_a diterima, artinya ada pengaruh desain kemasan harga, ukuran dan atribut pengukungnya secara individu terhadap minat beli konsumen.
2. Dilakukan dengan melihat angka probabilitas (sig), dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Probabilitas $>$ 0,05, H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak berpengaruh signifikan.
 - b. Probabilitas $<$ 0,05, H_0 ditolak dan H_a diterima artinya berpengaruh signifikan.

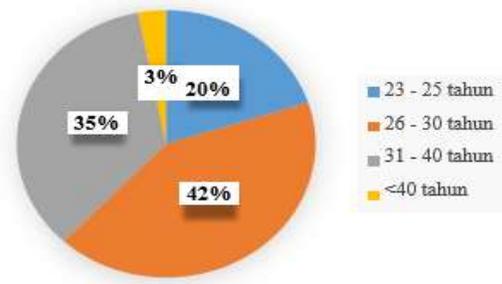
9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk menggambarkan seberapa banyak variasi yang dijelaskan dalam model. Berdasarkan nilai R^2 dapat diketahui seberapa besar persentase yang dapat dijelaskan oleh variabel X dan variabel Y dalam regresi linear (Sinambela et al., 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dianalisis melalui analisis deskriptif, terutama berdasarkan usia dan jenis kelamin. Dari Gambar 1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak sebesar 42% berasal dari kategori usia 26-30 tahun, sedangkan paling sedikit, yaitu 3% dari total responden berasal dari kategori usia $<$ 40 tahun.



Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Kemudian, berdasarkan jenis kelamin responden, dari 150 responden sebanyak 93 orang (62%) berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 57 orang (38%) berjenis kelamin laki-laki.

Desain Kemasan

Desain grafis kemasan terdiri atas empat bagian yaitu nama merek (logo), warna, tipografi dan gambar atau ilustrasi (Farooq et al., 2015). Nama merek (logo) yang tercantum pada kemasan dapat digunakan untuk menarik minat konsumen, serta berfungsi pula sebagai pembeda/ciri dari suatu perusahaan atau

dapat digunakan sebagai sarana informasi guna membangun citra positif dimata publik (Prabhowo, 2018).

Logo yang digunakan pada rancangan kemasan madu hutan Kecamatan Lunyuk dibuat dengan menampilkan gambar lebah dan tulisan merek produk tersebut, yaitu “YAMO”. Kata “yamo” sendiri berasal dari Bahasa Sumbawa yang berarti “iya” yang diikuti dengan frase berbahasa Inggris, yaitu “*forest honey*” yang berarti madu hutan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa madu tersebut madu asli yang berasal dari hutan Sumbawa tepatnya di Kecamatan Lunyuk.

Konsep dari logo adalah menggabungkan nama merek madu tersebut menjadi gambar sebuah lebah, karena perancangan logo pada produk ini menggambarkan produk yang dijual merupakan madu yang dihasilkan oleh lebah hutan. Tampilan lebah dibuat ikonik dan sederhana agar terlihat elegan dan menarik (Gambar 2).

Warna merupakan bagian terpenting dalam sebuah desain. Warna menangkap untuk membantu konsumen secara visual untuk melihat dan membedakan merek kompetitif (Putri et al., 2021). Ketika berbelanja konsumen biasanya disuguhkan dengan banyak pilihan

produk, tetapi konsumen hanya membeli produk-produk yang warnanya menarik perhatian.



Gambar 2. Rancangan Logo Kemasan

Warna yang digunakan pada desain kemasan madu hutan Kecamatan Lunyuk ialah warna jingga, kuning, hitam, dan putih. Warna-warna tersebut merupakan cerminan warna alami dari madu. Selain itu, warna cerah seperti jingga dan kuning dipercaya dapat merangsang sistem otonomi tubuh, sehingga dapat meningkatkan selera konsumen terhadap produk makanan. Sedangkan, warna hitam dan putih digunakan untuk tujuan memberi kesan sederhana dan elegan.

Tipografi (jenis huruf) utama yang digunakan pada nama merek ialah *Funkies*, di mana jenis huruf ini tergolong menyerupai tulisan tangan bersambung. Jenis huruf ini memberi gambaran atau memberikan suatu persepsi elegan. Sedangkan, jenis huruf pendukung yang digunakan adalah *Sans Serif*. Hal ini disebabkan karena jenis huruf ini mudah

untuk dibaca agar pesan yang disampaikan dapat diterima oleh konsumen dengan mudah pula.

Ilustrasi yang digunakan pada kemasan premium madu hutan kecamatan Lunyuk ialah corak kre alang khas sumbawa. Hal ini dilakukan untuk menandakan bahwa produk tersebut asli dari hutan kecamatan Lunyuk Kabupaten Sumbawa dan juga untuk mengangkat corak kre alang khas Sumbawa agar diketahui oleh banyak orang, serta corak ini juga semakin menambah kesan elegan pada desain kemasan.

Bentuk kemasan juga sangat berpengaruh terhadap psikologis konsumen yang dapat membuat konsumen tertarik untuk membelinya (Mufreni, 2016). Bentuk kemasan madu hutan Kecamatan Lunyuk yang dirancang oleh peneliti, yaitu berbentuk stoples kaca (Gambar 3) dan berbentuk *sachet* persegi panjang (Gambar 4).



Gambar 3. Rancangan Kemasan Stoples Kaca



Gambar 4. Rancangan Kemasan *Sachet*

Atribut pendukung kemasan terdiri atas *booklet*, kartu nama, dan *paper bag*. Atribut pendukung kemasan ini memberikan informasi-informasi berupa sifat kimia dan fisik madu, khasiat, cara konsumsi, dan cara penyimpanan, serta penjelasan terperinci tentang proses untuk mendapatkan madu hutan tersebut. Perancangan atribut pendukung kemasan ini dilakukan agar kemasan yang dibuat memiliki kesan premium dan semakin elegan, serta diharapkan dapat bersaing dengan produk madu lainnya di pasaran.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan agar dapat melihat kelayakan dari daftar pertanyaan dalam mengungkapkan suatu variabel. Apabila hasilnya valid, maka kuesioner dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data dalam upaya mendapatkan informasi terkait objek yang akan diteliti. Jumlah sampel yang digunakan pada uji validitas, yaitu 30 sampel responden untuk mengetahui

koefisien korelasi pada setiap *item* kuesioner penelitian dapat menggunakan perangkat lunak SPSS.

Hasil r tabel dari setiap pertanyaan menunjukkan nilai sebesar 0,3610. Hal ini menjelaskan bahwa setiap pertanyaan pada kuesioner memiliki koefisien korelasi $>$ dari r tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* untuk variabel dependen (X) sebesar 0,756, sedangkan variabel independen (Y) sebesar 0,690. Dikarenakan *Alpha Cronbach* dari kedua variabel $>$ 0,60, maka kuesioner pada penelitian ini dapat dinyatakan reliabel dan memiliki keandalan untuk dilanjutkan.

Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas digunakan bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Dari pengujian normalitas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,072 $>$ 0,05, maka dapat diartikan bahwa data terdistribusi dengan normal.

Uji Multikolinieritas

Dari uji multikolinieritas diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) untuk variabel desain kemasan (X1) sebesar 1,356; variabel harga (X2) sebesar 1,226; variabel ukuran (X3) sebesar 1,553; dan variabel atribut pendukung kemasan (X4) sebesar 1,245. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai $<$ 10.

Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel desain kemasan (X1) sebesar 0,738; variabel harga (X2) sebesar 0,816; variabel ukuran (X3) sebesar 0,644; dan variabel atribut pendukung kemasan (X4) sebesar 0,803. Dari masing-masing variabel, nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,01, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antara variabel independen.

Uji Heteroskedastis

Pada uji heteroskedastis diperoleh nilai signifikansi antar variabel dependen $>$ 0,05, maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastis pada model penelitian ini.

Analisis Regresi Berganda

Berikut ini merupakan hasil dari analisis regresi berganda model dari penelitian ini (Tabel 1).

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Berganda

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.283	.783		9.298	.000		
	Desain kemasan	.122	.046	.184	2.632	.009	.738	1.356
	Harga	.320	.082	.259	3.880	.000	.816	1.226
	Ukuran	.268	.096	.209	2.792	.006	.644	1.553
	Atribut Pendukung	.439	.097	.306	4.551	.000	.803	1.245

Berdasarkan Tabel 1, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7.283 + 0,122X_1 + 0,320X_2 + 0,268X_3 + 0,439X_4$$

Hal ini berarti, bahwa:

1. Variabel desain kemasan (X1) memberikan pengaruh positif terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk. Setiap perubahan atau kenaikan pada variabel desain kemasan (X1), maka akan meningkatkan variabel minat beli madu hutan (Y) sebanyak 0,122.
2. Variabel harga (X2) memberikan pengaruh positif terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk. Setiap perubahan atau kenaikan pada variabel harga (X2), maka akan meningkatkan variabel minat beli madu hutan (Y) sebanyak 0,320.

3. Variabel ukuran kemasan (X3) memberikan pengaruh positif terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk. Setiap perubahan atau kenaikan pada ukuran kemasan (X3), maka akan meningkatkan variabel minat beli madu hutan (Y) sebanyak 0,268.
4. Variabel atribut pendukung kemasan (X4) memberikan pengaruh positif terhadap minat beli madu hutan kecamatan Lunyuk. Setiap perubahan atau kenaikan pada atribut pendukung kemasan (X4) maka akan meningkatkan variabel minat beli madu hutan (Y) sebanyak 0,439.

Pengujian secara Simultan (Uji F)

Berdasarkan Tabel 2, diperoleh F hitung $32,733 > 2,43$ (F tabel) dan angka Sig. $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara desain kemasan, harga,

bentuk kemasan, dan atribut pendukung kemasan secara bersama-sama terhadap minat beli madu hutan kecamatan Lunyuk.

Tabel 2. Hasil Uji Signifikan (Uji F)

		ANOVA ^a				
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	98.221	4	24.555	32.733	.000 ^b
1	Residual	108.773	145	.750		
	Total	206.993	149			

Pengujian secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan agar dapat mengetahui pengaruh variabel independent secara parsial (individu) terhadap variabel dependen. Dapat

dikatakan signifikan apabila angka probabilitas (sig) < 0,05 (Theressa & Giovanni, 2014). Hasil pengujian secara simultan disajikan pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.283	.783		9.298	.000
	Desain kemasan	.122	.046	.184	2.632	.009
	Harga	.320	.082	.259	3.880	.000
	Ukuran	.268	.096	.209	2.792	.006
	Atribut Pendukung	.439	.097	.306	4.551	.000

1. Desain kemasan (X1)

Hasil dari uji t untuk variabel desain kemasan diketahui t hitung 2,632 > 1,655 (t tabel) dan nilai signifikansi *p-value* 0,009 di mana *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa desain kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk.

2. Harga (X2)

Hasil dari uji t untuk variabel harga diketahui bahwa t hitung 3,880 > 1,655

(t tabel) dan nilai signifikansi *p-value* 0,000 di mana *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk.

3. Ukuran kemasan (X3)

Hasil dari uji t untuk variabel desain kemasan diketahui t hitung 2,792 > 1,655 (t tabel) dan nilai signifikansi *p-value* 0,006 dimana *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa

ukuran kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk.

4. Atribut pendukung kemasan (X4)

Hasil dari uji t untuk variabel harga diketahui diketahui t hitung 4,551 > 1,655 (t tabel) dan nilai signifikansi *p-value* 0,000 dimana *p-value* < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa atribut pendukung kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli madu hutan Kecamatan Lunyuk.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) adalah metrik yang dapat digunakan untuk menggambarkan seberapa besar variasi yang direpresentasikan dalam suatu model. Besarnya signifikansi atau kesesuaian hubungan antar variabel dependen dalam suatu regresi linier dapat ditentukan dengan nilai R^2 (Sinambela et al., 2014). Tabel 4 berikut menunjukkan hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.689 ^a	.475	.460	.866	1.342

Tabel 4 menunjukkan angka R sebesar 0,689 yang berarti hubungan atau korelasi antara minat beli dengan variabel desain kemasan, harga, ukuran kemasan, dan atribut pendukung kemasan adalah cukup kuat dan memiliki hubungan positif (searah). R^2 sebesar 0,475 yang berarti 47,5 % variabel dari minat beli dapat dijelaskan oleh variasi dari keempat variabel dependen. Sedangkan, sisanya 52,5 % (100% - 47,5 dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam variabel yang digunakan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang perancangan dan analisis pengaruh desain kemasan, harga, ukuran kemasan dan atribut pendukung kemasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa rancangan kemasan madu hutan kecamatan Lunyuk, serta atribut pendukungnya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Korelasi antara variabel desain kemasan, harga, ukuran dan atribut pendukung terhadap variabel minat beli adalah sebesar 0,689 yang berarti kuat. Variabel dependen sebesar 47,5 % dapat menjelaskan variabel independen,

sedangkan sisanya tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Dari penelitian ini diharapkan ke depannya tidak hanya Kecamatan Lunyuk saja yang mulai memperhatikan desain kemasan bagi produknya, terutama produk madu hutan, tetapi masyarakat di wilayah lain juga mulai memikirkan akan pentingnya kemasan bagi produk mereka. Hal ini tentunya sangat berperan bagi peningkatan daya saing produk, meskipun produk tersebut dihasilkan oleh pengusaha kecil dan menengah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alyani, N. (2019). *Pengaruh Kemasan (Packaging) Terhadap Minat Beli Konsumen Tahun 2017-2018 Home Industry Cutecake*. 1–103.
- Farooq, S., Salman Habib, & Saira Aslam. (2015). Influence of Product Packaging on Consumer Purchase Intentions. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, III(12), 538–547.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Maruto, D. R., Kusuma, A. A. G. A. A., & Yasa, N. N. K. (2015). Pengaruh Motivasi , Persepsi Kualitas , dan Sikap Konsumen Pada Perilaku Pembelian Ulang Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 4(8), 2125–2144.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54. <http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Nalendra, A. R. A., Rosalinah, Y., Priadi, A., Subroti, I., Rahayuningsih, R., Lestari, R., Kusamandari, S., Yuliasari, R., Astuti, D., Latumahina, J., Purnomo, M. W., & Zede, V. A. (2021). Statistika Seri Dasar dengan SPSS. In *Penerbit Media Sains Indonesia*.
- Nst, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(02), 135–143. <http://dx.doi.org/10.1016/j.biochi.2015.03.025><http://dx.doi.org/10.1038/nature10402><http://dx.doi.org/10.1038/nature21059><http://journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/view/1268/1127><http://dx.doi.org/10.1038/nrmicro2577>
- Nulufi, K., & Murwartiningsih. (2015). Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Pekalongan. *Management Analysis Journal*, 4(2), 129–141.
- Oktavia, R. (2020). *Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Es Krim AICE di Bengkulu (Studi Kasus Mahasiswa FEBI)* [Institut Agama Islam Negari (IAIN) Bengkulu]. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ndteint.2014.07.001><https://doi.org/10.1016/j.ndteint.2017.12.003><http://dx.doi.org/10.1016/j.matdes.2017.02.024>

- Prabhowo, A. (2018). Analisis Pengaruh Keunikan Desain Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Impulsif (Studi pada Produk Kopi Good Day di Yogyakarta). *Jurnal Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*, 1–12.
- Putra, A. (2018). *Perancangan Kemasan Canggoreng Sa'Ma Polewali Mandar*. Universitas Negeri Makassar.
- Putra, R. R., & Rosnita. (2015). Analisis Sikap Konsumen dalam Mengonsumsi Madu Sialang Produksi Mr. Honey di Kota Pekanbaru. *JOM Faperta*, 2(2), 1–10.
- Putri, K. A. S., Maksum, I., & Vania, A. (2021). Peran Visual Merchandising dan Store Image terhadap Peningkatan Customers' Purchase Intention. *Jurnal Ekonomi*, 26(2), 250. <https://doi.org/10.24912/je.v26i2.749>
- Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2013). Pengaruh Citra Merek dan Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Susu Ultra (Studi pada Cafeteria Srikandi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Semarang Fakultas Ekonomi*, 1–16.
- Rukmana, S. (2019). *Usulan Perbaikan Kemasan Produk Cair Menggunakan Pendekatan Metode House of Quality Fase 1 dan 2 serta Peta Morfologi (Studi Kasus: UMKM Karya Lestari)*. Universitas Pasundan.
- Said, A. A. (2016). *Desain Kemasan* (D. Cahyadi (ed.); Edisi 1). Badan Penerbit UNM Makassar. http://eprints.unm.ac.id/4214/%0Ahttp://eprints.unm.ac.id/4214/1/Tentang_Kemasan.pdf
- Sinambela, S. D., Ariswoyo, S., & Sitepu, H. R. (2014). Studi Perbandingan Antara Estimasi M Dengan Type Welsh Dengan Least Trimmed Square Dalam Regresi Robust Untuk Mengatasi Adanya Data Pencilan. *Saintia Matematika*, 2(3), 225–235.
- Theressa, D., & Giovanni, G. (2014). Analisa Motivasi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kuliner Malam di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 1, 9–25.