

SKRIPSI
PENGARUH KEMASAN TERHADAP MINAT BELI DAN
DAYA TERIMA KONSUMEN PADA PRODUK PT GULA ALU,
KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT

Disusun Oleh :
AINA NURPANGASI
A 0120335



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT

MAJENE

2025

**PENGARUH KEMASAN TERHADAP MINAT BELI DAN
DAYA TERIMA KONSUMEN PADA PRODUK PT GULA ALU,
KABUPATEN POLEWALI MANDAR, SULAWESI BARAT**

AINA NURPANGASI

A 0120335

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pertanian pada
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian dan Kehutanan

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
MAJENE
2025**



UNIVERSITAS SULAWESI BARAT
FAKULTAS PERTANIAN DAN KEHUTANAN
PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
PROGRAM SARJANA

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aina Nurpangasi

Nim : A0120335

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Dan Daya Terima Konsumen Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.”** adalah benar merupakan karya saya dibawah arahan dosen pembimbing dan belum pernah diajukan ke perguruan tinggi manapun serta seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Majene, 01 Agustus 2025



HALAMAN PENGESAHAN

Judul Proposal : Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Dan Daya Terima Konsumen
Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi
Barat.

Nama : Aina Nurpangasi

Nim : A0120335

Disetujui Oleh :

Pembimbing I



Muhammad Arafat Abdullah, S.Si., M.Si

NIP : 19831110 201903 1 005

Pembimbing II



Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si

NIP : 19870926 201903 2 016

Diketahui Oleh :

Dekan,

Fakultas Pertanian dan Kehutanan



Prof.Dr.Ir.Kaimuddin, M.Si

NIP : 19600512 198903 1 003

Ketua Program Studi

Agribisnis



Astina, S.P., M.Si

NIP. 19900722024212036

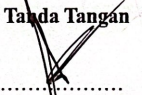
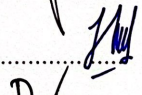

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul :
**Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Dan Daya Terima Konsumen Pada
Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat**


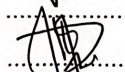
Disusun oleh :
AINA NURPANGASI
A0120335

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Fakultas Pertanian dan Kehutanan
Universitas Sulawesi Barat
Pada Tanggal dan dinyatakan

SUSUNAN TIM PENGUJI

Tim Penguji	Tanda Tangan	Tanggal
1. Dr.Arman Amran, S.P.,M.P 	..2../6../2025
2. Hasniar SP., M.Si 	..2../6../2025
3. Dian Utami Zainuddin SP., M.Si, 	..2../6../2025

SUSUNAN KOMISI PEMBIMBING

Komisi Pembimbing	Tanda Tangan	Tanggal
1. Muhammad Arafat Abdullah, S.Si., M.Si 	..2../6../2025
2. Andi Werawe Angka, S.Pt., M.Si 	..2../6../2025

ABSTRAK

AINA NURPANGASI (Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Dan Daya Terima Konsumen Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat) Dibimbing oleh **MUHAMMAD ARAFAT ABDULLAH** dan **ANDI WERAWE ANGKA**.

Kemasan menjadi salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan minat beli dan daya terima konsumen terhadap suatu produk. Produk PT Gula Alu di Kabupaten Polewali Mandar mengalami kendala berupa desain kemasan yang kurang menarik dan sering disalahartikan sebagai produk lain, sehingga mempengaruhi daya saingnya di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap minat beli dan daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu . Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap 65 responden dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli dan daya terima konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa kemasan yang menarik secara visual dan praktis secara fungsional dapat meningkatkan minat beli serta daya terima konsumen terhadap produk PT Gula Alu .

Kata Kunci: Kemasan, Minat Beli, Daya Terima Konsumen, Pemasaran, PT Gula Alu .

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era modern persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat, penerapan kemasan menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan. Untuk meningkatkan daya terima konsumen pada suatu produk diperlukan langkah konkrit yang berupa menciptakan kemasan. Suatu faktor yang bisa mengetahui daya terima konsumen pada suatu produk dan memenangkan persaingan yaitu dengan melihat beberapa aspek diantaranya; perubahan peradaban (gaya hidup), kemudahan dalam konsumsi dan kesadaran diri tentang kesehatan. Sehingga strategi yang dilakukan untuk meningkatkan minat beli konsumen adalah menerapkan kemasan dengan menampilkan desain kemasan yang menarik, branding yang unggul, kode qr digital produk dan menawarkan harga yang sesuai dengan semua kalangan. (Joko 2023)

Produk makanan dapat mengalami pengurangan kualitas dalam hal keamanan pangan, penilaian sensorik dan mutu gizi. Faktor yang menyebabkan menurunnya mutu produk pangan ialah terjadinya reaksi oksidasi. Oksidasi yang terjadi pada produk pangan diakibatkan oleh adanya oksigen yang reaktif. Oksigen merupakan gas yang harus diperhatikan dalam suatu kemasan. Penurunan kualitas produk pangan dalam kemasan pada umumnya biasanya disebabkan oleh keberadaan oksigen yang berlebihan, penurunan kualitas tersebut dapat berupa, rasa tengik, rasa menyimpang, perubahan warna produk, melempem, perubahan tekstur dan menurunnya kadar vitamin. Sehingga dengan kondisi ini penerapan Kemasan bisa menjadi langkah dalam menghadapi permasalahan ini. Penggunaan Kemasan seperti alat pemurni oksigen, sensor oksigen dan indikator oksigen bisa melindungi kualitas produk pangan kemasan dari kerusakan oksidatif. (Catherine 2023).

Gula semut aren merupakan komoditas potensial di Indonesia, terutama di Sulawesi Barat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), produksi gula aren di Sulawesi Barat mencapai 12.414 ton pada tahun 2020 (BPS, 2021). Sementara itu, produksi gula aren nasional mencapai 134.911 ton pada tahun yang sama (Kementerian Pertanian, 2021). Sulawesi Barat merupakan salah satu produsen gula aren terbesar di Indonesia,

dengan kontribusi sekitar 9,2% dari total produksi nasional. Gula semut aren memiliki potensi besar dalam meningkatkan pendapatan ASN/Guru dan mengembangkan ekonomi lokal (Rahman et al., 2020).

Produk PT Gula Alu di Kecamatan Alu, Kabupaten Polewali Mandar, merupakan komoditas unggulan yang telah menembus pasar lokal dan nasional. PT Gula Alu dipasarkan ke berbagai daerah seperti Makassar, Jakarta, Samarinda, Jogja, Mamuju dan Majene. Produk ini sangat diminati oleh pemilik cafe dan toko karena kualitasnya yang baik untuk dicampurkan dengan olahan makanan dan minuman. Harga produk ini relatif terjangkau, yaitu Rp25.000 untuk kemasan 250 gram, serta Rp75.000 untuk gula cair 1 liter.

Hanya saja produk PT Gula Alu di Kecamatan Alu, Kabupaten Polewali Mandar, menghadapi beberapa permasalahan. Pertama, produk ini belum memiliki izin BPOM dan belum memenuhi Standar Nasional Indonesia (SNI) karena fasilitas produksinya belum steril. Kedua, kemasan produk ini kurang menarik dan tidak mudah dibedakan, sehingga seringkali salah identifikasi sebagai produk madu saat dipamerkan. Hal ini memerlukan perhatian serius untuk meningkatkan kualitas dan kesadaran akan pentingnya standarisasi produk.. Untuk mengatasi masalah ini pemilik PT Gula Alu berinisiatif untuk membuat desain kemasan/kemasan baru pada produk PT Gula Alu .

Berikut adalah tabel yang menunjukkan daftar penjualan produk PT Gula Alu di Kecamatan Alu, Kabupaten Polewali Mandar, yang mencakup periode penjualan dari tahun 2018 hingga 2024. Tabel ini merinci jumlah botol yang terjual, ukuran botol, harga satuan, serta total penjualan untuk setiap tahun. Penjualan PT Gula Alu mengalami variasi baik dari segi jumlah botol terjual maupun ukuran kemasan yang digunakan, yang mencerminkan perubahan dalam permintaan pasar dan strategi pemasaran produk. Data ini memberikan gambaran mengenai tren penjualan produk PT Gula Alu , serta kontribusinya terhadap omset yang diperoleh setiap tahunnya.

Tahun	Produk	Volume	Harga (Rp)	Jumlah (Rp)
2018	Gula Cair Kemasan 250 MI	30 botol	15.000	450.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	35 Pots	15.000	525.000

2019	Gula Cair Kemasan 250 MI	185 botol	17.000	3.145.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	170 Pots	17.000	2.890.000
2020	Gula Cair Kemasan 250 MI	215 botol	18.000	3.870.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	98 Pots	19.000	1.862.000
2021	Gula Cair Kemasan 250 MI	230 botol	19.000	4.370.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	205 Pots	20.000	4.100.000
2022	Gula Cair Kemasan 250 MI	240 botol	19.000	4.560.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	235 Pots	20.000	4.700.000
2023	Gula Cair Kemasan 250 MI	245 botol	19.000	4.655.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	240 Pots	20.000	4.800.000
2024	Gula Cair Kemasan 250 MI	200 botol	20.000	4.000.000
	Gula Cair Kemasan 1000 MI (1 Liter)	36 botol	65.000	2.340.000
	Gula Semut Kemasan 250 G	175 Pots	21.000	3.675.000
	Gula Semut Kemasan 1000 G (1 Kg)	35 Pots	70.000	2.450.000
Jumlah Total Gula Cair				27.390.000
Jumlah Total Gula Semut				25.002.000

Berdasarkan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli Dan Daya Terima Konsumen Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat”.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh Kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat?
2. Bagaimana pengaruh Kemasan terhadap daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat
2. Untuk mengetahui pengaruh Kemasan terhadap daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bukti empiris tentang pengaruh Kemasan terhadap minat beli dan daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

2. Manfaat Praktisi

- Akademisi

Sebagai referensi ilmiah tentang pengaruh Kemasan terhadap minat beli dan daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

- Pemerintah

Sebagai rujukan dalam mengambil kebijakan tentang pengaruh Kemasan terhadap minat beli dan daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli dan Daya Terima Konsumen Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ membuktikan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk PT Gula Alu . Hal ini menegaskan bahwa semakin menarik dan fungsional kemasan yang digunakan, maka semakin tinggi keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut.
- 2) Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ membuktikan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap daya terima konsumen pada produk PT Gula Alu . Dengan nilai signifikansi yang sama (0,001), hasil penelitian menunjukkan bahwa desain, fungsionalitas, dan kualitas kemasan meningkatkan pengalaman pengguna, baik dari sisi estetika, kenyamanan, maupun persepsi kualitas produk. Hal ini berkontribusi pada loyalitas dan kepuasan konsumen terhadap produk PT Gula Alu .
- 3) Berdasarkan hasil koefisien determinasi ($R^2 = 0,592$), diketahui bahwa sebesar 59,2% variasi dalam persepsi kemasan dapat dijelaskan oleh dua variabel utama, yaitu minat beli dan daya terima konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut saling berkaitan dan berperan penting dalam menciptakan kemasan yang efektif dan berdampak. Sisa 40,8% dipengaruhi oleh faktor eksternal lainnya seperti harga, brand image, promosi, dan kualitas produk secara keseluruhan.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kemasan Terhadap Minat Beli dan Daya Terima Konsumen Pada Produk PT Gula Alu , Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Saran bagi perusahaan: perusahaan harus terus berinovasi dan meningkatkan kualitas kemasan yang digunakan pada produk PT Gula Alu . Memperhatikan

desain, fungsi, dan kenyamanan penggunaan kemasan dapat semakin meningkatkan minat beli dan daya terima konsumen. Selain itu, perusahaan dapat melakukan riset lebih lanjut terkait preferensi konsumen untuk menentukan elemen kemasan yang paling efektif.

- 2) Saran bagi konsumen: konsumen disarankan untuk memberi umpan balik terkait kualitas dan keefektifan kemasan yang ada pada produk PT Gula Alu . Masukan ini dapat membantu perusahaan untuk lebih memahami harapan konsumen terhadap desain kemasan dan fungsionalitasnya, serta berkontribusi pada pengembangan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 3) Saran bagi Peneliti selanjutnya: peneliti selanjutnya dapat mengeksplorasi hubungan antara kemasan dan faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti harga dan promosi. Selain itu, penelitian lebih lanjut bisa dilakukan dengan memperluas sampel di wilayah lain atau berbagai jenis produk untuk memahami generalisasi hasil penelitian yang lebih luas mengenai pengaruh kemasan cerdas terhadap daya beli konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Accounting Binus. (2021). *Memahami Koefisien Determinasi dalam Regresi Linear*. Diakses pada 2 Maret 2025 dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>
- Accounting Binus. (2021). *Memahami R Square (Koefisien Determinasi) dalam Penelitian Ilmiah*. Diakses pada 2 Maret 2025 dari <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-r-square-koefisien-determinasi-dalam-penelitian-ilmiah/>
- Amrutha, V., & Geetha, S. N. (2020). Green consumerism: Environmental concern and consumer behavior. *Journal of Cleaner Production*, 248, 119491.
- Anugriani, I. (2022). Analisis Daya Terima Cookies Substitusi Tepung Jewawut Dan Bekatul Sebagai Sumber Energi Protein Balita Underweight. Skripsi, Universitas Hasanuddin.
- BPS (Badan Pusat Statistik). (2021). Statistik Pertanian Sulawesi Barat 2020. BPS.
- BPS. (2021). Dinas Perkebunan Provinsi Sulawesi Barat. Dalam BPS.
- Catherine. (2023). Inovasi Kemasan Untuk Menjaga Kualitas Produk Pangan Dari Kerusakan Oksidatif. *Zigma*, 38(2), 19–28.
- Deliya, M., & Parmar, B. (2012). Role of Packaging on Consumer Buying Behavior. *Global Journal of Management and Business Research*.
- Dewi, N. W., & Suryani, T. (2022). Kemasan Cerdas dalam Meningkatkan Nilai Produk dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Pemasaran Indonesia*, 14(3), 89–99.
- Dhurup, M., Mafini, C., & Dumasi, T. (2014). The Impact of Packaging, Price, and Brand Awareness on Brand Loyalty: Evidence from the Paint Retailing Industry. *Acta Commercii*, 14(1), Art.
- Direktorat Jenderal Perkebunan. (2022). Kopi. Statistik Perkebunan Unggulan Nasional 2020–2022.
- Dirpan, A., Latief, R., Syarifuddin, A., Rahman, A. N. F., Putra, R. P., & Hidayat, S. H. (2018). The Use Of Colour Indicator As A Kemasan System For Evaluating Mangoes Arummanis (*Mangifera Indica L. Var. Arummanis*) Freshness. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 157, No. 1, p. 012031)*. IOP Publishing.
- Drago, E., Campardelli, R., Pettinato, M., & Perego, P. (2020). Innovations In Kemasan Concepts For Food: An Extensive Review. *Foods*, 9(11), 1628.
- Fadhil, R., Nurba, D., Rizal, K., Dahlan, & Mahdi, S. (2022). Strategi Pengembangan Visualisasi Desain Kemasan Kopi Arabika Gayo Untuk Meningkatkan Preferensi Minat Konsumen. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 32(3), 229-238.

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Prentice Hall.
- Hanim, Z. A., Erlinda, T., Sri, R., & Peni, S. (2013). Analisis Kinerja Alat Pengereng.
- Harahap, M. K., Harahap, D. E., & Harahap, A. R. (2018). Karakter Daun dan Produksi Nira Tanaman Aren (*Arenga pinnata merr*) di Kecamatan Marancar. *Jurnal Agribisnis*, 4(1), 587–599.
- Hendryadi. (2019). Metode Riset Kuantitatif. Kencana.
- Imelda, P., Putra, H. O. A., & Albar, B. B. (2016). Pengaruh Merek, Kualitas Produk Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Plester Hansplast Di Kota Padang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 7(1), 1-11.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan menggunakan SPSS.
- Kementerian Pertanian. (2021). Data Produksi Gula Aren Indonesia 2020.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, Philip & Armstrong, Garry. (2016). *Perinsip–Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2 Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga.
- Kuswibowo, C., & Murti, A. K. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image, Promotion, dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Pada Aplikasi Online Shop. *Jurnal Manajemen Industri dan Logistik*, 5(1), 53-61.
- Lelya, H. (2014). Jurnal Analisa Tanggapan Responden Terhadap Sirup Aren Yang Dihasilkan Dari Nira Dan Gula Aren. Padang.
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. *JMM Unram - Master of Management Journal*, 6(2), 1–17.
- Marwah, S., & Nurhayati Hadjar, M. (2016). Potensi dan Pemanfaatan Tumbuhan Aren (*Arenga pinnata Merr.*) di Kawasan Hutan Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. *Jurnal*, 5(1), 1–14.
- Mita, S., Asyik, N., & Sadimantara, M. S. (2022). Karakteristik Kimia dan Organoleptik Gula Aren Yang Diproduksi Oleh Masyarakat Desa Tanjung Batu Dan Kabangka. *Journal of Agricultural Sciences*, 2(2), 118–125.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus The Hijau Sebuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Mulyawan, I., Sugita, T., & Rahmadana, R. (2019). Pengaruh Teknik Pengemasan terhadap Kualitas dan Daya Terima Produk. *JPHPI*, 22(3), 466–477.
- Nugroho, A., & Rini, S. (2021). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 123–135.

- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Rahman, A., et al. (2020). Potensi Gula Aren sebagai Komoditas Ekonomi Lokal di Sulawesi Barat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 5(2), 123–136.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1–20.
- Riyanto, J., Muchayatin, & Cahya, S. D. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 7(1), 1–11.
- Ruslan, S. M., Baharuddin, & Taskirawati, I. (2018). Potensi dan Pemanfaatan Tanaman Aren (*Arenga pinnata*) dengan Pola Agroforestri di Desa Palakka, Kecamatan Barru, Kabupaten Barru. *Jurnal Perennial*, 14(1), 24–27.
- Salim, S. S., Farhan, M., & Wahid, U. (2021). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen: Studi Kasus Produk UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 36(2), 65-78.
- Sandi, F. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Produk Eiger Adventure di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 19(3), 19-21.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- SPSS Indonesia. (2017). *Makna Koefisien Determinasi (R Square)*. Diakses pada 2 Maret 2025 dari <https://www.spssindonesia.com/2017/04/makna-koefisien-determinasi-r-square.html>
- Sugiama, A., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga, dan Brand Awareness terhadap [Informasi Tambahan Belum Lengkap].
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Erlangga.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Erlangga.
- Sumarwan, U. (2018). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan, dan Pelabelan pada Kemasan: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Minuman Mizone di Kota Semarang. *STIE Semarang*, 4(3), 19-28.

- Teniro, A., Zainudin, Syahidin, Ashwad, H., & Zunafriesma, N. (2022). Optimalisasi Pengolahan Biji Kopi dalam Upaya Peningkatan Pendapatan ASN/Guru. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat Indonesia*, 1-5.
- Toding, P. A. (2021). Strategi Pemasaran Kopi pada Usaha Raka Mandiri Kelurahan Buangin, Kabupaten Tana Toraja. Skripsi Fakultas Pertanian dan Kehutanan, Prodi Agribisnis.
- Ulandika, D. B. (2022). Analisis Usahatani Kopi Robusta di Desa Sungai Medang Kecamatan Air Hangat Timur Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Skripsi, Universitas Islam Riau.
- Umar, H. (2005). Riset SDM dalam Organisasi. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vanderroost, M., Ragaert, P., Devlieghere, F., & De Meulenaer, B. (2014). Intelligent food packaging: The next generation. *Trends in Food Science and Technology*, 39, 47-62.
- Yokawati, Y. E. A., & Wachjar, A. (2019). Pengelolaan Panen dan Pascapanen Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) di Kebun Kalisat Jampit, Bondowoso, Jawa Timur.
- Zaki, A., & Saiman, S. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Perspektif*, 9(2), 123-130.