

DAMPAK PACKAGING DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PRODUK SAMBAL DAPOER KUNO

Gissella Ezar dan Cliff Kohardinata

Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya
E-mail: gezar@student.ciputra.ac.id&ckohardinata@ciputra.ac.id

Abstract: National chilli production and consumption continue to increase steadily. This then creates business opportunities to be able to produce processed products from chili, one of which is the product of Dapoer Kuno's sauce. This study aims to analyze the effect of packaging and product quality on customer satisfaction on Dapoer Kuno's sauce. This research is using quantitative approach. Data collection method is using questionnaire. The population of this study is an Dapoer Kuno consumer who purchases sauce products online. Then the sampling technique is done by purposive sampling, so it is known that the number of research samples is 58 consumers. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis. The results explain that the packaging has a positive and significant effect on customer satisfaction of Dapoer Kuno's sauce. Likewise also in product quality, which is known to have a positive and significant effect on customer satisfaction Dapoer Kuno's sauce.

Keywords: Packaging, Product Quality, Customer Satisfaction.

Abstrak: Produksi dan konsumsi cabai nasional terus mengalami peningkatan secara stabil. Hal ini kemudian menciptakan peluang usaha untuk dapat menghasilkan produk olahan dari cabai, salah satunya ialah produk sambal Dapoer Kuno. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh packaging dan product quality terhadap kepuasan pelanggan pada produk sambal Dapoer Kuno. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang dilakukan ialah dengan menggunakan kuesioner. Populasi penelitian ini merupakan konsumen Dapoer Kuno yang melakukan pembelian produk sambal secara online. Kemudian teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *purposive sampling*, sehingga diketahui jumlah sampel penelitian ialah 58 konsumen. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menerangkan bahwa *packaging* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk sambal Dapoer Kuno. Begitupun juga pada *product quality*, yang diketahui memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk sambal Dapoer Kuno.

Kata kunci: Packaging, Product Quality, Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Cabai mengalami peningkatan pada sisi konsumsi, yaitu terdapat peningkatan konsumsi cabai nasional pada tahun 2011-2015. Hal ini ditunjukkan dengan tingkat konsumsi cabai pada tahun 2011 sebesar 2,967 kg/kapita/tahun kemudian mengalami peningkatan menjadi 3,043 kg/kapita/tahun.

Tabel 1 Data Konsumsi Cabai

Tahun	Konsumsi Cabai (kg/kapita/tahun)			
	cabai merah	cabai hijau	cabai rawit	total
2011	1,497	0,261	1,21	2,967
2012	1,653	0,214	1,403	3,269
2013	1,424	0,198	1,272	2,894
2014	1,460	0,214	1,262	2,936
2015	1,538	0,19	1,315	3,043

Sumber: Kementerian Pertanian (2016)

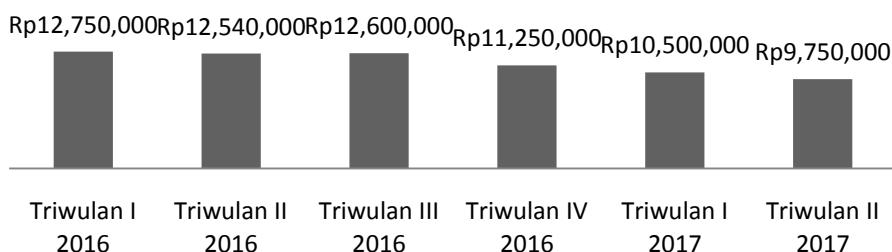
Selain itu, terjadi juga peningkatan produksi cabai dalam kurun periode 2012-2015. Pada tahun 2012, produksi cabai besar dan cabai rawit sebesar 16.569 ton, kemudian mengalami peningkatan di tahun 2013, menjadi 17.264 ton, dan pada tahun 2015, produksi cabai besar mencapai 1 juta ton dan cabai rawit mencapai 869.937 ton.

Tabel 2 Data Konsumsi Cabai Besar

Bulan	Produksi (ton)							
	Cabai Besar				Cabai rawit			
	2012	2013	2014	2015	2012	2013	2014	2015
Januari	687	758	862	78.383	456	483	517	59.203
Februari	998	976	984	106.339	533	476	535	67.984
Maret	965	920	988	118.024	529	540	565	70.451
April	914	986	957	102.029	704	564	689	85.658
Mei	842	988	970	96.264	759	662	852	92.200
Juni	797	896	997	96.969	697	707	755	89.625
Juli	845	902	987	85.560	642	622	834	85.138
Agustus	747	824	909	82.791	627	655	782	82.450
September	764	838	898	73.517	598	612	660	62.055
Oktober	712	714	769	68.210	520	624	619	59.317
Nopember	646	658	695	67.141	518	628	558	61.851
Desember	628	669	730	69.957	441	562	638	54.005
Total	9.545	10.129	10.746	1.045.184	7.024	7.135	8.004	869.937

Sumber: Kementerian Pertanian (2016)

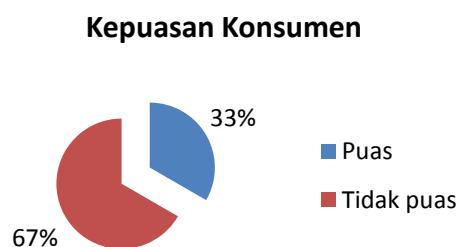
Mengacu pada kondisi perkembangan produksi dan konsumsi cabai yang terus mengalami peningkatan tersebut mendorong terjadinya peningkatan pada persaingan usaha pada produk olahan cabai. Salah satu dampak dari ketatnya persaingan usaha ini ialah menurunnya omzet penjualan yang kemudian dirasakan pula oleh Dapoer Kuno. Dapoer Kuno merupakan salah satu UKM dengan produk andalan berupa sambal dalam kemasan yang telah berdiri sejak tahun 2015. Sambal yang ditawarkan merupakan sambal dengan menggunakan resep rumahan namun dikemas secara modern.



Grafik 1 Data Triwulan Dapoer Kuno

Sumber: data perusahaan, diolah.

Oleh karena itu, kemudian peneliti melakukan survei awal kepada 12 orang konsumen tentang kepuasan mereka terhadap produk sambal Dapoer Kuno yang telah dibeli. Ke- 12 orang konsumen merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian produk sambal Dapoer Kuno minimal dua kali.



Grafik 2 Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Primer, diolah

Grafik 2 menunjukkan bahwa dari 12 orang konsumen yang telah disurvei, terdapat 4 orang atau sebesar 33% yang menyatakan puas terhadap produk sambal Dapoer Kuno, sedangkan 8 orang konsumen lain atau sebesar 67% menyatakan tidak puas dengan produk sambal Dapoer Kuno. Berikut alasan yang mendukung konsumen untuk merasa kurang puas dengan produk sambal Dapoer Kuno.

Tabel 3 Pernyataan Sambal Dapoer Kuno

No	Pernyataan	Jumlah	Kategori
1	Variasi rasa kurang variatif	6	Kualitas Produk
2	Desain kemasan kurang menarik	6	Desain Kemasan
3	Porsi sambal terlalu sedikit	7	Kualitas Produk
4	Harga terlalu mahal	4	Kualitas Produk
5	Lainnya,	1	

Sumber: data primer, diolah.

Mengacu pada hasil survei awal yang ditunjukkan pada Tabel 1.3, menunjukkan bahwa konsumen menyatakan tidak puas dengan produk sambal Dapoer Kuno dikarenakan beberapa faktor. Faktor tersebut ialah rasa sambal yang kurang bervariasi, porsi sambal yang terlalu sedikit, harga terlalu mahal, desain kemasan yang kurang menarik, dan karena merek Dapoer Kuno yang belum dikenal.

LANDASAN TEORI

Packaging

Tunku & Kohardinata (2016:578) menjelaskan bahwa desain kemasan adalah hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi dan informasi dengan elemen desain tambahan untuk membuat produk yang cocok untuk dipasarkan. Berikut adalah indikator-indikator yang berkaitan dengan *packaging* :

1. *Packaging color*
2. *Packaging material*
3. *Design of wrapper*
4. *Innovation*

Product quality

Kualitas produk menurut Leonardo & Soelasih (2014:29) adalah merupakan keseluruhan karakteristik dari sebuah produk yang sesuai dengan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik yang tersirat maupun tersurat. Berikut adalah indikator *product quality*:

1. Rasa Produk yang enak
2. Variasi dan inovasi produk,
3. Kehigienisan produk
4. Porsi yang pas
5. Jaminan halal
6. Aroma yang enak
7. Harga yang sesuai.

Kepuasan konsumen

Sembiring, *et al.*, (2014:4) menjelaskan bahwa dalam upaya mempertahankan konsumen berarti mengharapkan konsumen melakukan pembelian ulang atas produk maupun jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul sewaktu-waktu. Berikut adalah indikator kepuasan konsumen:

1. Kepuasan secara keseluruhan atau *general*,
2. Minat melakukan pembelian ulang,
3. Kesediaan untuk merekomendasikan kepada pihak lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Deskripsi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh packaging dan product quality terhadap kepuasan pelanggan pada produk sambal Dapoer Kuno.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah seluruh konsumen Dapoer Kuno Surabaya yang melakukan pembelian secara online ke dapoer kuno yaitu 108 konsumen. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel nonprobabilitas. Teknik nonprobabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, dengan kriteria: Konsumen yang telah melakukan pembelian minimal dua kali secara online ke dapoer kuno. Sehingga diketahui terdapat 58 konsumen yang telah membeli produk sambal "Dapoer Kuno" minimal dua kali. Selanjutnya, dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan, penelitian ini menggunakan sampling jenuh.

Metode Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan atau memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawab (Sugiyono, 2012:102).

Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda (*multiple regression analysis*) adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel independen. Model regresi linier berganda dalam penelitian ini disusun menggunakan nilai koefisien regresi *unstandardized B* (untuk analisis pengaruh simultan) dan *standardized beta* (untuk analisis pengaruh parsial). Rumus regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| Y | : Kepuasan Konsumen |
| β_0 | : Koefisien konstanta |
| β_1, β_2 , | : Koefisien regresi |
| X_1 | : Packaging |
| X_2 | : Product Quality |
| e | : Error |

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilihat bahwa rata-rata konsumen dari produk sambal Dapoer Kuno adalah wanita dengan persentase sebesar 72,4% sedangkan pria sebesar 27,6%. Dari hasil penelitian pada bagian usia, bahwa sebagian besar pelanggan produk sambal Dapoer Kuno memiliki rentang usia 17 hingga 25 tahun dengan jumlah 42 responden (72,4%). Kemudian terdapat pula pelanggan produk sambal Dapoer Kuno yang berusia 26-35 tahun dan pelanggan yang berusia 36-45 tahun sebesar 13,8%. Pada karakteristik mengenai pekerjaan diketahui bahwa pelajar menjadi pelanggan dominan produk sambal Dapoer Kuno dengan jumlah 40 responden (69%). Kemudian terdapat pula pelanggan yang merupakan seorang wiraswasta dengan jumlah 11 responden (19%). Pelanggan produk sambal Dapoer Kuno yang merupakan pegawai swasta sejumlah 6 responden (10,3%). Selanjutnya pelanggan yang memiliki profesi pekerjaan selain yang disebutkan diatas terdapat 1 responden (1,7%). Apabila memperhatikan penghasilan responden diketahui bahwa pelanggan produk sambal Dapoer Kuno mayoritas memiliki penghasilan di angka Rp 2.500.001 hingga Rp 5.000.000 sejumlah 43 responden

(74,1%). Kemudian pelanggan dengan penghasilan lebih dari Rp 5.000.000 sejumlah 10 responden (17,2%). Pelanggan dengan penghasilan antara Rp 1.000.001 hingga Rp. 2.500.000 sejumlah 4 responden (6,9%), dan pelanggan dengan penghasilan kurang dari Rp 1.000.000 terdapat 1 responden (1,7%). Selanjutnya dari hasil penelitian pembelian yang dilakukan responden diketahui bahwa pelanggan produk sambal Dapoer Kuno sebagian besar merupakan pelanggan yang telah melakukan pembelian sebanyak lebih dari 3 kali dengan jumlah 33 responden (56,9%). Kemudian sejumlah 25 responden (43,1%) merupakan pelanggan produk sambal Dapoer Kuno yang telah melakukan pembelian sebanyak 3 kali.

Validitas dan reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas dapat dijelaskan bahwa seluruh item pernyataan yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05, yaitu Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dari setiap variabel penelitian dinyatakan valid dan dapat dilakukan analisis lebih lanjut. Uji reliabilitas dalam penelitian ini di ketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* dari *packaging* (0,722), *product quality* (0,864), dan kepuasan pelanggan (0,811) masing-masing dari variabel yang diteliti dalam penelitian ini memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih dari 0,6. Hasil pengujian ini menjelaskan bahwa instrumen dari setiap variabel yang dianalisis dalam penelitian ini telah konsisten dan dapat digunakan untuk menjelaskan setiap variabel.

Uji asumsi klasik

Mengacu hasil pengujian multikolinieritas yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai VIF dari masing-masing variabel besar secara berurutan adalah sebesar 1,335. Nilai VIF yang diperoleh setiap variabel bebas dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai VIF yang kurang dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas. Berdasarkan hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* yang ditunjukkan diketahui bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah sebesar 0,200. Nilai signifikansi yang diperoleh menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual dari model regresi yang digunakan berdistribusi normal. Hasil uji *Glejser* menunjukkan bahwa pada variabel *packaging* (*X*1) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,708, dan *product quality* (*X*2) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,505, atau lebih dari nilai kritis yang digunakan yakni 0,05. Oleh karena itu dapat dikatakan tidak terjadi penyimpangan heteroskedastisitas pada variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini.

Hasil pengujian regresi linier berganda

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan regresi yang digunakan di penelitian ini adalah: $Y = 0,329 + 0,244X_1 + 0,668X_2$. Pada persamaan regresi tersebut, diketahui memiliki nilai konstanta sebesar 0,329 memberikan pengertian bahwa jika *packaging* (*x*1), *product quality* (*x*2) secara serempak atau bersama-sama tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol (0) maka besarnya kepuasan pelanggan (*Y*) sebesar 0,329, jika nilai *b*1 yang merupakan koefisien regresi dari *packaging* sebesar 0,244 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (*Y*) mempunyai arti bahwa jika variabel *packaging* (*x*1) bertambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (*Y*) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,244 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Jika nilai *b*2 yang merupakan koefisien regresi dari *product quality* (*x*2) sebesar 0,668 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen (*Y*) mempunyai arti bahwa jika variabel *product quality* (*x*2) bertambah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan (*Y*) akan mengalami kenaikan sebesar 0,668 satuan dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Pembahasan

Pengaruh *packaging* terhadap kepuasan konsumen pelanggan produk sambal Dapoer Kuno

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa *packaging* memiliki nilai koefisien sebesar 0,244 dengan nilai signifikansi sebesar 0,012. Hasil ini menerangkan bahwa *packaging* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk sambal Dapoer Kuno. Hal ini menerangkan bahwa semakin menarik *packaging* yang ditawarkan oleh pihak Dapoer Kuno, maka konsumen produk sambal Dapoer Kuno akan semakin merasa puas. Namun apabila, *packaging* yang digunakan semakin

buruk, maka konsumen juga akan merasa kecewa terhadap produk sambal Dapoer Kuno. Kemasan sendiri merupakan salah satu bagian dari sebuah produk yang memiliki fungsi sebagai pelindung produk agar tetap terjaga kualitas dari produk sambal Dapoer Kuno (Christy & Ellyawati, 2015:3). Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan yang telah diterangkan oleh Ahmed (2014:154), bahwa *packaging* merupakan bagian penting yang perlu diperhatikan oleh produsen, karena mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pesoth (2015:1110), bahwa konsumen akan merasakan peningkatan kepuasan terhadap produk apabila *packaging* yang digunakan memiliki fungsi dan bentuk yang rapi dan menarik.

Pengaruh *product quality* terhadap kepuasan konsumen pada produk sambal Dapoer Kuno

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai koefisien *product quality* adalah sebesar 0,668 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil penelitian ini menerangkan bahwa *product quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada produk sambal Dapoer Kuno. Hal ini menjelaskan bahwa ketika produk sambal Dapoer Kuno mengalami perbaikan kualitas yang lebih baik, maka konsumen akan semakin merasa puas dengan produk sambal Dapoer Kuno. Namun sebaliknya, apabila produk sambal tidak mengalami perubahan kualitas atau justru mengalami penurunan kualitas, maka konsumen akan merasa kecewa dengan produk sambal DapoerKuno. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fitriana & Soetjipto (2015:6867) yang menerangkan bahwa konsumen akan merasa puas ketika sebuah produk mampu menunjukkan kualitas yang baik. Hasil yang sama juga ditunjukkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Mohaydin (2017:41, bahwa semakin baik kualitas dari sebuah produk akan mampu menimbulkan dampak pada peningkatan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut: *Packaging* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk sambal Dapoer Kuno. Hasil ini menerangkan bahwa dapoer kuno perlu melakukan perbaikan pada *packaging* yang dapat memberikan dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan. *Product quality* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan produk sambal produk Dapoer Kuno. Hasil ini menerangkan bahwa peningkatan kualitas pada produk sambal Dapoer Kuno akan memiliki dampak pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Saran

Mengacu pada uraian simpulan penelitian diatas, maka saran yang dapat diajukan melalui penelitian ini ialah: Pihak Dapoer Kuno dapat melakukan pembuatan ulang pada desain kemasan produk sambal yang diproduksi, seperti memasukkan unsur warna yang sesuai dengan warna sambal, dengan bentuk kemasan menggunakan botol bening yang telah disterilkan untuk dapat menjaga higienitas dan kebersihan produk sambal. Dapoer Kuno dapat menerapkan metode quality control yang lebih ketat untuk mengurangi resiko lolosnya produk sambal yang tidak higienis dan bersih untuk diperjualbelikan, seperti merekrut orang secara khusus untuk bekerja mengawasi proses awal hingga akhir produksi sambal Dapoer Kuno. Dapoer Kuno dapat memberikan penawaran kepada pelanggan yang bersedia menawarkan produk sambal Dapoer Kuno kepada kerabat dekat dengan tawaran potongan harga atau *cashback* untuk meningkatkan minat pelanggan dalam membantu proses penjualan produk sambal Dapoer Kuno.

Keterbatasan penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui peneliti ketika melakukan proses penelitian ini. Adapun beberapa keterbatasan tersebut adalah sebagai berikut: Obyek penelitian yang diteliti ialah produk sambal dari Dapoer Kuno. Selanjutnya apabila menggunakan obyek penelitian dari perusahaan lain maka hasil akan berbeda. Penelitian ini hanya menganalisis pengaruh dari variabel *packaging* dan *product quality* terhadap kepuasan

pelanggan. Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Dapoer Kuno sejumlah 58 pelanggan, yang merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian minimal lebih dari dua kali. Selanjutnya apabila jumlah sampel lebih banyak maka hasilnya lebih akurat

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, A. M., Vishnu, P., & Raheem, A. R. (2014). Impact of product packaging on consumer's buying behavior. European Journal of Scientific Research, 122(2), 125-134.
- Christy, P., & Ellyawati, J. (2015). Pengaruh Desain Kemasan (Packaging) Pada Impulsive Buying. Jurnal Ilmiah Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Fitriana, & Soetjipto, B.E. (2015). The Analysis Of Factors Affecting Customer Loyalty At Mc Donald's. IJABER, vol 13 no 9, (2015): 6853-6871.
- Leonardo, L., & Soelasih, Y. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lingkungan Fisik Perusahaan Kue Lapis Legit XYZ terhadap Kepuasan Konsumen dalam Membangun Word of Mouth Positif. Jurnal Manajemen, 11(1), 28-40.
- Mohaydin, G., Chand, A., Aziz, B., Bashir, M., & Irfan, J. (2017). Effect of Food Quality on Customer Perceived Satisfaction Level and Mediating Effect of Food Safety on Them. International Journal of New Technology and Research, volume 3, issue 1, Januari 2017.
- Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian. (2016). Outlook Komoditas Pertanian Sub Sektor Holtikultura. Jakarta: Kementerian Pertanian.
- Pesoth, M. C. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Packaging, Dan Brand Image Terhadap Kepuasaan Pelanggan Pada Perusahaan Rokok Dunhill Di Kota Manado. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3).
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Studi pada Konsumen McDonald's MT.Haryono Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 15, No. 1.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tunku, H., & Kohardinata, C. (2017). Perancangan Desain Kemasan Pada Merk Keripik Pisang Bananation Di Surabaya. *PERFORMA*, 1(5), 576-583.