

Budi Indra Cahyono Wijaya (2004). "Pengaruh Warna dan Bentuk Kemasan Produk Permen Terhadap Citra Produk Pada Remaja Awal." Skripsi Sarjana Strata I. Surabaya : Fakultas Psikologi Universitas Surabaya.

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh warna dan bentuk kemasan produk permen terhadap citra produk pada remaja awal. Citra Produk merupakan suatu *impresi* (kesan) yang bersifat subyektif yang diperoleh konsumen dari sumber manapun juga tentang produk tertentu. Aspek-aspek dari citra produk adalah merek, kemasan, etiket, kualitas produk, jaminan produk, pelayanan produk, desain produk, warna dan harga. Dalam penelitian ini aspek-aspek citra produk yang digunakan adalah kemasan, kualitas produk dan harga. Tidak semua aspek citra produk dapat digunakan, karena produk yang digunakan dalam penelitian ini masih baru dan belum ada dipasaran. Warna kemasan adalah suatu mutu cahaya yang dipantulkan dari bungkus atau wadah pelindung suatu produk sehingga menimbulkan kesan yang diperoleh mata yang dapat mempengaruhi respon emosional individu. Dalam penelitian ini warna kemasan yang digunakan adalah warna merah terang dan warna kuning terang. Bentuk kemasan adalah wujud yang ditampilkan (*tampak*) pada suatu produk. Bentuk yang digunakan dalam penelitian ini adalah bentuk pita dan bujur sangkar.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah remaja awal yang berusia 12-15 tahun, dengan sampel sebanyak 96 orang (48 laki-laki dan 48 perempuan) yang memiliki ciri-ciri sedang mengenyam pendidikan di SMP Shinta yang berlokasi di Jember. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan cara *random* (acak). Teknik Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan angket yang disusun berdasarkan Skala Diferensi Semantik (*Semantic Differential Technique*). Jenis penelitian ini adalah *quasi experimental* dengan menggunakan desain penelitian eksperimen faktorial 2x2. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan teknik statistika Anava AB.

Dari hasil uji hipotesis diperoleh F sebesar 108,17 dan p sebesar 0,001 dengan nilai mean untuk warna merah sebesar 109,40 (lebih besar daripada nilai mean warna kuning terang), sehingga dapat disimpulkan hipotesis diterima, artinya warna merah terang dapat meningkatkan citra produk. Untuk bentuk, hasil uji hipotesis diperoleh F sebesar 108,17 dan p sebesar 0,001 dengan nilai mean untuk bentuk pita sebesar 109,40 (lebih besar daripada nilai mean bentuk bujur sangkar), sehingga dapat disimpulkan hipotesis diterima, artinya bentuk kemasan pita dapat meningkatkan citra produk. Hasil interaksi antara warna dan bentuk tidak berpengaruh terhadap citra produk, dengan F sebesar 0,054 dan p sebesar 0,817.

Dari hasil tersebut, maka dapat diketahui bahwa ternyata warna kemasan merah terang dan kemasan bentuk pita dapat meningkatkan citra produk, sehingga hal tersebut dapat diaplikasikan dalam dunia industri permen bahwa jika suatu perusahaan permen ingin meningkatkan citra produknya maka disarankan untuk membuat kemasan dengan warna merah atau dengan menggunakan kemasan berbentuk pita.