

INTISARI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami pengaruh keempat faktor dalam produk makanan ringan dengan kemasan hijau terhadap preferensi membeli di kalangan konsumen muda. Faktor-faktor tersebut adalah harga, pengetahuan, desain kemasan dan kualitas kemasan. Penelitian ini menggunakan objek produk makanan ringan secara umum yang bisa di temukan oleh konsumen seperti keripik kentang, coklat, dan biskuit.

Jumlah total responden yang diperoleh sebagai sampel adalah 210 responden, dimana purposive sampling telah digunakan sebagai metode pengumpulan sampel. Studi ini telah menggunakan kuisisioner online melalui Google Form untuk mengumpulkan opini terhadap preferensi konsumen untuk membeli produk makanan ringan dengan kemasan hijau yang berlokasi di Jakarta.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa keempat faktor tersebut adalah signifikan. Faktor kesediaan membayar lebih, pengetahuan konsumen, desain pengemasan dan kualitas pengemasan memiliki arah pengaruh yang positif terhadap preferensi untuk membeli produk makanan ringan dengan kemasan hijau. Desain pengemasan memiliki pengaruh yang paling besar jika dibandingkan dengan ketiga faktor lainnya.

Kata kunci: Pengemasan, Pengemasan Hijau, Pengemasan Berkelanjutan, Pengemasan Ramah Lingkungan, Pengemasan Eco-Friendly, Produk Makanan Ringan, Kesediaan Membayar Pengetahuan, Kualitas, Desain, Konsumen Muda, Indonesia.

ABSTRACT

The aim of this study was to understand the relationship of the four factors on snacks products with green packaging towards young consumers' preferences to buy. These factors are willingness to pay, consumers knowledge, packaging design and packaging quality. This study uses general snacks food products that consumers generally can find such as potato chips, chocolates, and biscuits.

The total number of respondents obtained as a sample in total was 210 respondents, and purposive sampling have been used as the sampling method. This study has used online questionnaire via Google Form to collect opinions on young consumers preferences to buy snacks products with green packaging in Jakarta. Multiple linear regression analysis was used in this study.

The results of this study have found that these four factors were significant. Willingness to pay premium price, consumers knowledge, packaging design and packaging quality factors have a positive influencing direction of influence. Furthermore, packaging design has the greatest influence when being compared to the other three factors.

Keywords: Packaging, Green Packaging, Sustainable Packaging, Environmentally Friendly Packaging, Eco-Friendly Packaging, Snack Food Products, Willingness to Pay Premium Price, Consumers Knowledge, Packaging Design, Packaging Quality, Young Consumers, Indonesia.