ABSTRAK

Dalam dunia pemasaran terdapat banyak sekali metode-metode untuk menunjang keberhasilan, diantaranya adalah metode bauran produk (*marketing mix*) metode ini memungkinkan para pemasar untuk merancang produk dan apa-apa saja yang berkaitan dengan masalah distribusi dan promosi.Namun jarang sekali ada pemasar yang terfokus kepada satu elemen bauran produk, misalnya saja seperti Produk (*product*) itu sendiri.Didalam produk terdapat hal-hal yang bisa di *eksplore*/dikembangkan salah satunya adalah daya tarik kemasan, daya tarik kemasan sedikit banyak berperan dalam membangun citra produk dan tanpa disadari juga merupakan bagian dari promosi produk.

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh daya tarik kemasan (warna dan bentuk kemasan) terhadap pembelian produk Minute Maid Pulpy.Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara warna dan bentuk kemasan terhadap pembelian produk Minute Maid Pulpy.

Pengumpulan data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada 54 responden, responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan BisnisUniversitas Mercu Buana Jakarta.

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara warna dan bentuk kemasan secara *simultan* terhadap pembelian produk, sementara untuk*u jiparsial* hasilnya terdapat pengaruh yang signifikan antara warna kemasan terhadap pembelian produk, namun antara variable bentuk kemasan terhadap pembelian produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan penelitian pada pembelian produk dengan variabel-variabel lain yang mempengaruhinya.

Kata kunci :WarnaKemasan, BentukKemasan, PembelianProduk.

UNIVERSITAS MERCU BUANA