

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1. Kajian Teori.....	6
2.1.1 Desain Kemasan.....	6
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	7
2.2. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2.1 Penelitian Angelina Diah Kusumasari dan Supriono.....	8
2.2.2 Penelitian Bob Foster dkk.....	9
2.2.3 Penelitian Widyasari dkk.....	10
2.2.4 Penelitian Arif Yoga Ali Fianda dkk.....	11
2.3. Hasil Hipotesis.....	11
2.4. Metode Perencanaan.....	12
2.4.1 Lean Canvas.....	12
2.4.2 Business Model Canvas.....	13
BAB III METODE PENELITIAN.....	14
3.1. Diagram Alir.....	14

3.2.	Metode Pengumpulan Data .....	15
3.2.1.	Data Primer .....	15
3.2.2.	Data Sekunder .....	15
3.3.	Metode Analisis Data .....	15
3.3.1.	Analisis Kualitatif .....	16
3.3.2.	Analisis Kuantitatif .....	16
3.4.	Penentuan Harga Jual .....	16
3.5.	EOQ ( <i>Economic Order Quantity</i> ) .....	18
3.6.	Faktor Tenaga Kerja .....	18
3.7.	Jalur Produksi .....	19
3.8.	<i>Product Life Cycle</i> .....	20
3.8.1.	Tahap Pengenalan (Introduction) .....	20
3.8.2.	Tahap Pertumbuhan (Growth) .....	20
3.8.3.	Tahap Dewasa (Maturity) .....	21
3.8.4.	Tahap Penurunan (Decline) .....	21
3.9.	Implementasi SNI & ISO pada produk .....	21
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>23</b>
4.1.	Hasil Analisis Data Primer .....	23
4.1.1.	Hasil Wawancara .....	23
4.1.2.	Hasil Observasi .....	23
4.1.3.	Hasil Survei .....	24
4.2.	Hasil Analisis Data Sekunder .....	26
4.2.1.	Faktor orang membeli produk makanan baru .....	26
4.2.2.	Kebutuhan konsumen dalam membeli produk .....	26
4.2.3.	Kebiasaan konsumen dalam pembelian produk untuk selanjutnya .....	27
4.2.4.	Kebiasaan konsumen baru dan konsumen setia .....	27
4.2.5.	Faktor kemasan produk dibuat dalam ukuran kecil dan besar .....	28
4.2.6.	Perbandingan jenis <i>packaging</i> berdasarkan material .....	30
4.3.	Proses Desain .....	29
4.3.1.	Moodboard .....	33
4.3.2.	Material .....	29
4.3.3.	Sketsa .....	33
4.3.4.	Sketsa Terpilih .....	35
4.3.5.	Gambar Teknik .....	36

4.3.6.	3D Model .....	39
4.3.7.	Desain Grafis.....	39
4.3.8.	<i>Mockup</i> .....	42
4.3.9.	Proses Produksi.....	43
4.3.10.	Produk Akhir.....	44
4.4.	Proses <i>Branding</i> .....	46
4.4.1.	Nama <i>Brand</i> .....	46
4.4.2.	Logo .....	47
4.4.3.	Tujuan <i>Brand</i> .....	47
4.4.4.	Skema Warna .....	47
4.4.5.	<i>Typography</i> .....	48
4.4.6.	<i>Tone of Voice</i> .....	48
4.5.	Strategi <i>Marketing</i> .....	49
4.5.1.	<i>Product Bundling</i> .....	49
4.5.2.	<i>Freebies Testing</i> .....	49
4.6.	Teknik Pemasaran .....	50
4.6.1.	Instagram.....	50
4.6.2.	Whatsapp.....	51
4.6.3.	<i>E-Commerce</i> .....	51
4.6.4.	Website.....	52
4.7.	Hasil Penjualan.....	53
BAB V KESIMPULAN.....		54
5.1.	Kesimpulan.....	54
5.2.	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA .....		56
LAMPIRAN.....		57