

FPIPS : 5683/UN40.A2.10/PT/2024

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUDAPAN TRADISIONAL
GEMBLONG YANG MEMENUHI STANDAR FUNGSIONAL DAN DAYA
TARIK VISUAL BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata pada Program Studi Manajemen Industri Katering



Disusun oleh:

Faridha Puri

NIM 2005940

PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING

FAKULTAS ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

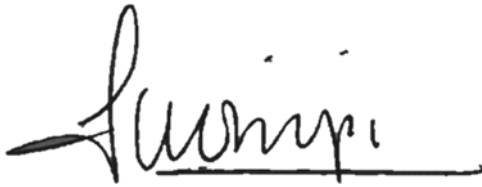
Faridha Puri

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUDAPAN TRADISIONAL GEMBLONG YANG MEMENUHI STANDAR FUNGSIONAL DAN DAYA TARIK VISUAL BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si

NIP. 197103092010122001

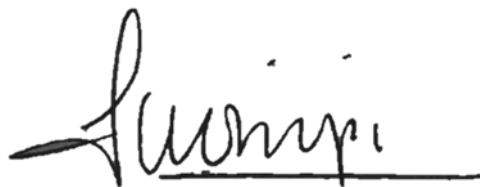


Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si

NIP. 920200419910915201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering



Dr. Woro Priatini, S.Pd., M.Si

NIP. 197103092010122001

LEMBAR PERNYATAAN

Penandatanganan di bawah ini:

Nama : Faridha Puri

NIM : 2005940

Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Indonesia

Program Studi : Manajemen Industri Katering

Bismillahirrahmanirrahim dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang telah saya susun dengan judul: **“Perancangan Desain Kemasan Kudapan Tradisional Gemblong Yang Memenuhi Standar Fungsional Dan Daya Tarik Visual Berbasis Daya Terima Konsumen”**, adalah asli, tidak plagiat (menjiplak) atau mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang telah ditentukan.

Surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa skripsi yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, penulis siap menanggung risiko atau sanksi.

Bandung, 30 November 2024

Yang menyatakan,



Faridha Puri

2005940

LEMBAR HAK CIPTA

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUDAPAN TRADISIONAL
GEMBLONG YANG MEMENUHI STANDAR FUNGSIONAL DAN DAYA
TARIK VISUAL BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

Oleh:

Faridha Puri

2005940

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial

© Faridha Puri

Universitas Pendidikan Indonesia

2005940

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Tiada kata yang mewakili perasaan saya saat ini kecuali rasa syukur. Untuk itu, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Meski mendapatkan kendala, tapi saya bisa melaluinya sehingga skripsi berjudul "Perncangan Desain Kemasan Kudapan Tradisional Gemplong Yang Memenuhi Standar Fungsional dan Daya Tarik Visual Berbasis Daya Terima Konsumen" dapat terselesaikan.

Tujuan dari penulisan skripsi ini untuk memenuhi sebagian syarat mengikuti sidang skripsi pada program studi Manajemen Industri Katering, Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi ini sangat berkesan untuk saya secara personal, banyak sekali ujian yang penulis alami, namun berkat ridho dari Allah SWT serta dukungan dari banyak pihak, Alhamdulillah skripsi ini dapat diselesaikan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, sebagai penulis, saya berharap pembaca bisa memberikan kritik agar tulisan selanjutnya jauh lebih baik. Di sisi lain, saya berharap pembaca menemukan pengetahuan baru dari laporan penelitian ini. Walaupun tulisan ini tidak sepenuhnya bagus, saya berharap ada manfaat yang bisa diperoleh oleh pembaca. Demikian saya ucapkan terima kasih.

Waalaikumsalam Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bandung, 30 November 2024



Faridha Puri

2005940

UCAPAN TERIMAKASIH

Penuh rasa syukur dan bahagia penulis sampaikan terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyusun serta menyelesaikan skripsi sejak awal hingga akhir yang pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu, penulis ucapkan terimakasih sebesar besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala rahmat, berkah serta karunia-Nya yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, kekuatan, kesabaran hingga menemukan jalan keluar dalam kesulitan kepada penulis.
2. Orang tua penulis, Ibu Cahyeni dan Bapak Setiawan yang senantiasa selalu meridhoi, mendoakan tanpa henti untuk keberhasilan penulis dalam menggapai cita-cita, selalu memberikan kasih sayang dan mendukung dalam kondisi apapun, serta terimakasih atas setiap tetes keringat dalam setiap langkah untuk memenuhi kebutuhan penulis dalam menyusun skripsi ini.
3. Prof Dr. M. Solehudin, M.Pd., selaku rector Universitas Pendidikan Indonesia .
4. Prof Dr. Agus Mulyana, M.Hum., selaku dekan Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial
5. Dr.Woro Priatini, S.Pd., M.Si, selaku ketua Program Studi Manajemen Industri Katering dan Dosen Pembimbing I penulis yang selalu mendukung dalam kondisi apapun serta membimbing dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan memberikan masukan kepada penulis dengan sangat sabar dalam penyusunan skripsi ini
7. Keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis.
8. Wafiyati Zhahrina Dini selaku teman dekat sejak SMA hingga saat ini senantiasa sabar memberikan dukungan, masukan dan mendoakan penulis.

9. Alya Fariza selaku teman dekat penulis yang selalu *men-support* dan senantiasa sabar, memberikan tawa, semangat, dan meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah penulis serta memastikan kondisi penulis dalam menyusun skripsi.
10. Agni Marsha, Arbyta Nurul Jannah, Dysa Tri Andeyan, Fatimah Kurna, Astri Kusmiati dan Jennifer Estrella selaku teman-teman terdekat dalam proses perkuliahan penulis yang selalu membantu, menawarkan bantuan dan menanyakan kondisi penulis. Selalu sabar meluangkan waktu untuk mendengarkan keluh kesah serta selalu ada ketika merasa stuck dan memberi banyak masukan yang penulis butuhkan. Terima kasih telah menjadi partner yang sangat baik di perjalanan penulis.
11. Teman-teman seperjuangan Manajemen Industri Katering 2020 yang telah kebersamai dalam proses penyusunan skripsi penulis yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Seluruh panelis ahli dan panelis konsumen yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam melengkapi sumber penyusunan skripsi penulis.
13. Seseorang yang tidak bisa disebutkan namanya, terimakasih pernah *men-support*, senantiasa sabar saat penulis berkeluh kesah dan memberikan doa baik saat penyusunan skripsi ini, walaupun tidak menemani hingga akhir skripsi terselesaikan. Terimakasih atas perasaan yang pernah ada, pengalaman, pembelajaran serta telah menjadi bagian dari pendewasaan yang menjadikan penulis dapat menjadi seseorang yang lebih baik.
14. Yang terakhir, kepada diri sendiri, terima kasih dapat terus berjuang walaupun pernah merasa putus asa, tetapi tidak menyerah meski menghadapi banyak kesulitan. Pada setiap kesalahan yang telah penulis perbaiki, dan pada setiap langkah yang membawa penulis semakin dekat dengan tujuan. Tetap percaya bahwa setiap proses ini, meski penuh tantangan, akan menghasilkan sesuatu yang indah.

**PERANCANGAN DESAIN KEMASAN KUDAPAN TRADISIONAL
GEMBLONG YANG MEMENUHI STANDAR FUNGSIONAL DAN DAYA
TARIK VISUAL BERBASIS DAYA TERIMA KONSUMEN**

Faridha Puri

2005940

ABSTRAK

Makanan tradisional merupakan bagian penting dari kekayaan budaya suatu daerah yang saat ini sangat perlu dilestarikan, karena globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk di bidang kuliner. Gemblong salah satu kudapan tradisional berbahan dasar tepung ketan putih atau hitam yang digoreng kemudian dibalut dengan cairan gula merah atau gula putih. Saat ini eksistensi kudapan gemblong cukup rendah, dengan itu perlu ada dorongan untuk meningkatkan minat beli konsumen, dengan cara mendesain kemasan yang memiliki fungsi yang baik serta memiliki daya tarik visual sehingga calon konsumen dapat memengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji desain kemasan gemblong modern yang memiliki standar agar dapat diterima oleh masyarakat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mixed methods* yang menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan mendalam. Pengumpulan data dilakukan dengan pengisian kuesioner dan analisis tiga konsep kemasan gemblong modern oleh 30 panelis ahli, kemudian konsep kemasan yang memiliki nilai unggul akan dinilai kepada 100 panelis konsumen. Hasil penelitian dengan uji fungsi dan uji preferensi menunjukkan dari tiga konsep kemasan gemblong yang dibuat, konsep kemasan I memiliki nilai unggul dari aspek fungsional dan daya tarik visual, kemudian dilakukan pengujian daya terima konsumen terhadap konsep kemasan gemblong modern III dengan membandingkan kemasan konvensional. Hasil menunjukkan nilai yang terpaut jauh dari aspek fungsional dan daya tarik visual.

Kata kunci: *Desain kemasan, Fungsional, Daya tarik Visual, Gemblong*

**DESIGNING TRADITIONAL GEMBLONG SNACK PACKAGING
DESIGN THAT MEETS FUNCTIONAL STANDARDS AND VISUAL
ATTRACTIVENESS BASED ON CONSUMER ACCEPTANCE**

Faridha Puri

2005940

ABSTRACT

Traditional food is an important part of the cultural wealth of a region that currently needs to be preserved, because globalization has brought major changes in various aspects of life, including in the culinary field. Gemblong is one of the traditional snacks made from white or black glutinous rice flour which is fried and then wrapped in liquid brown sugar or white sugar. Currently, the existence of gemblong snacks is quite low, with that there needs to be a push to increase consumer buying interest, by designing packaging that has good function and has visual appeal so that potential consumers can influence purchasing decisions. This study aims to examine modern gemblong packaging design that has standards that can be accepted by the public. The method used in this research is mixed methods which combines quantitative and qualitative methods to produce a more comprehensive and in-depth analysis. Data collection was carried out by filling out questionnaires and analyzing three modern gemblong packaging concepts by 30 expert panelists, then packaging concepts that have superior value will be assessed to 100 consumer panelists. The results of the research with the function test and preference test showed that of the three gemblong packaging concepts made, packaging concept I had superior value from the functional aspects and visual appeal, then testing consumer acceptance of modern gemblong packaging concept III by comparing conventional packaging. The results show a value that is far adrift from the functional aspects and visual appeal.

Keywords: Packaging design, Functional, Visual appeal, Traditional snacks, Gemblong

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR HAK CIPTA.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Masalah.....	7
1.4 Kontribusi Peneliti	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1 Grand Teori.....	9
2.1.1 Pariwisata.....	9
2.1.2 Warisan Budaya	10
2.1.3 Wisata Kuliner	10
2.1.3 Kudapan Tradisional.....	11
2.1.4 Teori Kemasan	12
2.2 Kemasan.....	13
2.2.1 Definisi Kemasan.....	13
2.2.2 Desain Kemasan.....	13
2.2.3 Fungsi Kemasan.....	14
2.2.4 Visual Kemasan	14
2.2.5 Jenis Kemasan.....	16

2.2.6 Tujuan Kemasan	20
2.2.7 Peraturan Kemasan Pangan.....	21
2.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.3.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	21
2.3.2 Proses Keputusan Pembelian	22
2.4 Gemblong.....	23
2.4.1 Definisi Gemblong.....	23
2.4.2 Jenis dan Karakteristik Gemblong	23
2.4.3 Tahapan Pembuatan Gemblong	24
2.5 Harga Jual	24
2.5.1 Definisi Harga Jual.....	24
2.5.2 Metode Penetapan Harga Jual.....	25
2.6 Penelitian Terdahulu	27
2.7 Kerangka Pemikiran.....	33
2.8 Hipotesis Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian	36
3.1.1 Metode Penelitian	36
3.1.2 Operasional Variabel.....	36
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi.....	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Instrumen Penelitian	39
3.3.1 Teknik Eksperimen (Proses Desain).....	39
3.3.2 Jenis dan Sumber Data.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Skala Pengukuran.....	39
3.5 Analisis Data.....	40
3.5.1 Uji Fungsional dan Preferensi.....	40
3.5.2 Uji Daya Terima Konsumen	43
3.5.3 Uji One Way ANOVA.....	45
3.5.4 Menetapkan Harga Jual.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	46
4.1 Perancangan Desain Kemasan Gemblong	46

4.1.1 Kosep Pembuatan Kemasan.....	46
4.1.2 Proses Perancangan Kemasan.....	46
4.1.3 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.2 Uji Konsep Kemasan Gemblong.....	53
4.2.1 Karakteristik Panelis Ahli	54
4.2.2 Penilaian Panelis Ahli Terhadap Aspek Fungsional Kemasan	56
4.2.3 Penilaian Panelis Ahli Terhadap Aspek Visual Kemasan.....	63
4.2.4 Preferensi Para Panelis Ahli.....	74
4.3 Uji Daya Terima Konsumen	75
4.3.1 Karakteristik Panelis Konsumen	76
4.3.2 Pengalaman Responden Terhadap Kemasan	78
4.3.3 Tanggapan Responden Terhadap Aspek Fungsional Kemasan	81
4.3.4. Penilaian Responden Terhadap Visual Kemasan.....	88
4.3.5 Preferensi Panelis Konsumen.....	96
4.4 Penentuan Harga Jual Konsep Kemasan Gemblong.....	97
4.5 Pembahasan.....	98
4.5.1 Daya Tarik Fungsional Kemasan	99
4.5.2 Daya Tarik Visual Kemasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA.....	106
LAMPIRAN.....	109

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra Penelitian.....	4
Tabel 1. 2 Bentuk dan Kemasan Gemblong Hasil Pra Penelitian di Lapangan	5
Tabel 2. 1 Jenis dan Karakteristik Gemblong Indonesia.....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Operesional Variabel	37
Tabel 3. 2 Panelis Ahli dan Panelis Konsumen	38
Tabel 3. 3 Skala Semantic Differential	40
Tabel 4. 1 Konsep Dasar Kemasan Gemblong Modern.....	47
Tabel 4. 2 Desain Labelling konsep Kemasan Gemblong Modern	51
Tabel 4. 3 Karakteristik responden panelis Ahli	54
Tabel 4. 4 Kelas Interval Aspek Fungsional Kemasan Gemblong	57
Tabel 4. 5 Hasil penilaian Terhadap Aspek Containment.....	57
Tabel 4. 6 Uji One Away ANOVA Aspek Containment	58
Tabel 4. 7 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Protection.....	58
Tabel 4. 8 Uji One Way ANOVA Aspek Protection	59
Tabel 4. 9 Hasil Penilaian Terhadap Convenience	60
Tabel 4. 10 Uji One Way ANOVA aspek Convenience	60
Tabel 4. 11 Hasil Penilaian terhadap Aspek Communication.....	61
Tabel 4. 12 Uji One Way ANOVA Aspek Communication.....	62
Tabel 4. 13 Hasil Keseluruhan Uji Fungsi Panelis Ahli	62
Tabel 4. 14 Kelas Interval Fungsi Kemasan Gemblong	64
Tabel 4. 15 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Logo.....	65
Tabel 4. 16 Uji One Way ANOVA Aspek Logo	65
Tabel 4. 17 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Bentuk	66
Tabel 4. 18 Uji One Way ANOVA Aspek Bentuk	67
Tabel 4. 19 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Huruf	67
Tabel 4. 20 Uji One Way ANOVA Aspek Huruf	68
Tabel 4. 21 Hasil Penilaian Terhadap Warna.....	69
Tabel 4. 22 Uji one Way ANOVA Aspek Warna.....	69
Tabel 4. 23 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Tata Letak.....	70
Tabel 4. 24 Uji One Way ANOVA Aspek Tata letak.....	71
Tabel 4. 25 Hasil Penilaian Terhadap Aspek Ilustrasi	71
Tabel 4. 26 Uji One Way ANOVA Aspek Ilustrasi.....	72

Tabel 4. 27 Hasil Keseluruhan Penilaian Uji Visual Oleh Panelis Ahli	73
Tabel 4. 28 Spesifikasi Konsep Kemasan Gemblong III	75
Tabel 4. 29 Karakteristik Responden Panelis Konsumen	76
Tabel 4. 30 Kelas Interval Uji Daya terima Konsumen Fungsi Kemasan Gemblong	83
Tabel 4. 31 Hasil Tanggapan terhadap Aspek Containment.....	84
Tabel 4. 32 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Protection.....	85
Tabel 4. 33 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Convenience	86
Tabel 4. 34 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Communication	86
Tabel 4. 35 Hasil Keseluruhan Tanggapan Terhadap Aspek Fungsi Kemasan	87
Tabel 4. 36 Kelas Interval Uji Daya Terima Konsumen Fungsi Kemasan Gemblong	89
Tabel 4. 37 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Logo.....	90
Tabel 4. 38 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Bentuk.....	91
Tabel 4. 39 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Huruf.....	91
Tabel 4. 40 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Warna	92
Tabel 4. 41 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Tata Letak.....	93
Tabel 4. 42 Hasil Tanggapan Terhadap Aspek Ilustrasi	94
Tabel 4. 43 Hasil Keseluruhan Tanggapan Terhadap Aspek Visual Kemasan Gemblong	95
Tabel 4. 44 Rincian Bahan Baku Kemasan Gemblong.....	97
Tabel 4. 45 Rincian Penetapan harga Jual Kemasan Gemblong.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Tahapan Pembuatan Gemblong	24
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
Gambar 4. 1 Proses Gambar Pola Kemasan Pada Kertas Ivory	48
Gambar 4. 2 Proses Pemotongan Pola Kemasan	49
Gambar 4. 3 Proses Pementukan Pola Kemasan.....	49
Gambar 4. 4 Proses Melipat Pola Kemasan	50
Gambar 4. 5 Proses Penempelan Mika Bening.....	50
Gambar 4. 6 Logo Konsep Kemasan Gemblong Modern.....	51
Gambar 4. 7 Proses Penempelan Labelling	53
Gambar 4. 8 Tiga Konsep Kemasan Gemblong Modern.....	53
Gambar 4. 9 Preferensi Panelis Ahli terhadap 3 Konsep Kemasan Gemblong Modern...	74
Gambar 4. 10 Tanggapan Responden Mengenai Makanan Tradisional Gemblong	79
Gambar 4. 11 Tanggapan Responden Bahwa Gemblong Dijadikan Buah Tangan	79
Gambar 4. 12 Tanggapan Responden Bahwa Gemblong Perlu Dikemas Secara Extra ...	80
Gambar 4. 13 Tanggapan Responden Kemasan Menjadi Suatu Keputusan Pembelian ...	81
Gambar 4. 14 Tanggapan Responden Dalam Menilai Suatu Kemasan	81
Gambar 4. 15 Preferensi Panelis Konsumen Konsep Kemasan Gemblong Modern	96
Gambar 4. 16 Desain Kemasan Kudapana Tradisional Gemblong.....	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Kuesioner Panelis Ahli.....	109
Lampiran 2 Daftar Kuesioner Panelis Konsumen.....	117
Lampiran 3 Gambar Rancangan Desain Kemasan Gemblong I	121
Lampiran 4 Gambar Rancangan Desain Kemasan Gemblong II	122
Lampiran 5 Gambar Rancangan Desain Kemasan Gemblong III.....	123
Lampiran 6 Gambar Hasil Desain Kemasan Gemblong Modern	124
Lampiran 7 Hasil Uji Fungsi KKG I Oleh Panelis Ahli	125
Lampiran 8 Hasil Uji Fungsi KKG II Oleh Panelis Ahli	126
Lampiran 9 Hasil Uji Fungsi KKG III Oleh Panelis Ahli.....	127
Lampiran 10 Hasil Uji Preferensi KKG Oleh Panelis Ahli	128
Lampiran 11 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Pada Aspek Fungsional.....	129
Lampiran 12 Hasil Uji Daya Terima Konsumen Pada Aspek Daya Tarik Visual	131
Lampiran 13 Hasil Preferensi KKG Modern Oleh Panelis Konsumen.....	133
Lampiran 14 Hasil Uji One Way ANOVA Containment	135
Lampiran 15 Hasil Uji One Way ANOVA Protection.....	135
Lampiran 16 Hasil Uji One Way ANOVA Convenience	136
Lampiran 17 Hasil Uji One Way ANOVA Communication	136
Lampiran 18 Hasil Uji One Way ANOVA Logo.....	137
Lampiran 19 Hasil Uji One Way ANOVA Bentuk	137
Lampiran 20 Hasil Uji One Way ANOVA Huruf	138
Lampiran 21 Hasil Uji One Way ANOVA Warna	138
Lampiran 22 Hasil Uji One Way ANOVA Tata Letak.....	139
Lampiran 23 Hasil Uji One Way ANOVA Ilustrasi	139
Lampiran 24 Izin Penelitian Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Bandung.....	140
Lampiran 25 Izin Penelitian Dinas Koperasi dan UKM Kota Bandung.....	141
Lampiran 26 Surat Izin Penelitian Dari Universitas Pendidikan Indonesia.....	142
Lampiran 27 Daftar Panelis Ahli	143
Lampiran 28 Dokumentasi Panelis Ahli	144
Lampiran 29 Proses Bimbingan Skripsi.....	146
Lampiran 30 Form Perbaikan Ujian Sidang	147
Lampiran 31 Surat Keterangan Perbaikan Skripsi	148
Lampiran 32 Hasil Turnitin	149

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta.
- Alina Wheller. (2009). *Designing Brand Identity*.
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., & Gunawan, D. S. (2020). *COMMUNITY-BASED TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT STRATEGIES : A CASE OF BOROBUDUR TOURISM VILLAGE AREA , INDONESIA DEVELOPMENT STRATEGIES: A CASE OF BOROBUDUR TOURISM VILLAGE AREA , INDONESIA*. September, 399.
<https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Candra, M. A., Enjeladinata, O. V., & Rizky, M. (2023). *Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea*. 354.
- Cenadi, C. S. (2000). *PERANAN DESAIN KEMASAN DALAM DUNIA*. 2(1), 93.
- Chaterina Dwi Puspita, N. A. (2019). *POLA KONSUMSI, ELASTISITAS PENDAPATAN, SERTA VARIABEL-VARIABEL SOSIAL EKONOMI YANG MEMENGARUHI PENGELUARAN KONSUMSI RUMAH TANGGA Studi Kasus di Provinsi Bengkulu Tahun 2018*. 700–709.
- Choi. (n.d.). *Food Science An Ecological Approach* (S. Edelstein (ed.); 5th ed.). Jones & Bartlett Learning.
- Dewi, S. S., Ermina, R., Kasih, V. A., & Hefiana, F. (2023). *ANALISIS PENERAPAN METODE ONE WAY ANOVA MENGGUNAKAN ALAT STATISTIK SPSS*. 2(2), 121–132.
- Ernawati, D. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG*. 7, 17–32.
- Gemblong Kue Tradisional Yang Sudah Mulai Langka*. (2023). Wiratech Group.
<https://wiratech.co.id/gemblong/>
- Henny Krissetiana Hendrasty. (2013). *Pengemasan&Penyimpanan Bahan Pangan*. 9.
- John W. Creswell, J. D. C. (2018). *Fifth Edition: RESEARCH DESIGN*

- Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. SAGE.
- Mudra, I. W. (2010). *Desain Kemasan Produk* (p. 4). ISI Denpasar.
- Mumuh Mulyana. (2019). *Strategi Penetapan Harga*. June, 45–46.
- Natasha, S. F. (2021). *PERHITUNGAN HARGA POKOK PRODUKSI DALAM MENENTUKAN HARGA JUAL PADA TOKO SAYURAN HIDROPONIK MEDAN*. 4(September), 5.
- peraturan pemerintah RI. (2009). *PERATURAN MENTERI NEGARA KOPERASI DAN USAHA KECIL DAN MENENGAH REPUBLIK INDONESIA*.
- peraturan pemerintah RI. (2018). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10.TAHUN 2009 TENTANG KEPARIWISATAAN*.
- Peraturan pemerintah RI. (2012). *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 18 TAHUN 2012 TENTANG PANGAN DENGAN*.
- Philip Kotler, K. L. keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Pearson Education.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*.
- Putri, J. A., R, Y. D., Maryani, T., Yuliamir, H., & Rahayu, E. (2023). *Potensi Makanan Tradisional sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Salatiga*. 6(1), 207.
- Ridho setiawan, Rizal ahmad bukhori, U. mutamimmah. (2015). *Usulan Program Kreativias Mahasis GemBeT (Gemblong Bakar Aneka Topping)*. 1.
- Robertson, G. L. (2013). *Food Packaging Principles and Practice* (3rd ed.). CRC Press.
- Sari, N. L. D. I. D. (2013). *ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK* (p. 46). Profetik.
- SBM, N. (2020). Beberapa Masalah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 125.
- Sirakaya-turk, E. (2015). *Measuring Residents' Attitude toward Sustainable Tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale*. May 2005, 382. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>

- Solomon, M. R., Marshall, G. W., & Stuart, E. W. (2018). Marketing - Real People, Real Choices 9th Editon. *Pearson Education*, 280.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta.
- Syakhrani, A. W. (2022). *BUDAYA DAN KEBUDAYAAN: TINJAUAN DARI BERBAGAI PAKAR, WUJUD-WUJUD KEBUDAYAAN, 7 UNSUR KEBUDAYAAN YANG BERSIFAT UNIVERSAL*. 5(1), 783.
- Th susetyarsi. (2012). *KEMASAN PRODUK DI TINJAU DARI BAHAN KEMASAN, BENTUK KEMASAN DAN PELABELAN PADA KEMASAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN MIZONE DI KOTA SEMARANG*. 19–28.
- Turgarini, caria ningsih dewi. (2020). *PRESERVATION AND DEVELOPMENT OF KAMPUNG NIKMAT AS TOURIST DESTINATION FOR SUNDA GASTRONOMY CULTURAL HERITAGE*. 5, 268.
- Widiati, A. (2019). *PERANAN KEMASAN (PACKAGING) DALAM MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) DI “ MAS PACK ” TERMINAL KEMASAN PONTIANAK*. 8(2), 67–76.
- Yulvina Permata Sari, N. (2018). *KEMAS ULANG INFORMASI JAJANAN TRADISIONAL DI KABUPATEN PESISIR SELATAN*. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, September, 168.