UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul, ”**Pengaruh *Packaging* Bolu Gulung Vany Pekanbaru terhadap Minat Beli Konsumen Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah**”. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan adanya arti penting kemasan untuk mempengaruhi minat beli konsumen, karena konsumen cenderung melirik produk berdasarkan kemasan yang dilihatnya. Rumah Usaha Bolu Gulung Vany Pekanbaru sudah memperhatikan kemasannya dengan strategi-strategi tertentu, namun usahanya mengalami penurunan setiap bulannya. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh *packaging* terhadap minat beli konsumen.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi Rumah Usaha Bolu Gulung Vany Pekanbaru. Karena jumlah populasi tidak diketahui, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Wibisono sehingga dihasilkan sampel sebanyak 50 orang dengan konsep *incidental sampling*. Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif dengan metode regresi linear sederhana dan data diolah dengan program SPSS versi 23.00.

Hasil penelitian ini adalah bahwa *packaging* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan dengan uji t, t hitung (1,851) < t tabel (< 2,01) dan nilai signifikasi sebesar 0,07 (diatas 0,05) yang berarti Ho diterima. Diketahui nilai R (0,258), yang artinya korelasi antara variabel *packaging* dengan minat beli konsumen sebesar 0,258, maka hubungan antara variabel *packaging* (X) terhadap variabel minat beli konsumen (Y) adalah lemah. Uji determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 4,7% dari *packaging* mempengaruhi minat beli konsumen, sedangkan sisanya sebesar 95,3% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak penulis teliti di dalam penelitian ini.

Packaging pada bolu gulung Vany masih belum memenuhi ketentuan syariah, karena tidak adanya label halal pada kemasan, hal ini dikarenakan usaha bolu gulung Vany belum mengajukan sertifikasi halal kepada LPPOM MUI. Sehingga tidak adanya pemeriksaan lebih pada sisi kehalalan bahan baku dan proses produksinya yang menyebabkan konsumen tidak mendapatkan perlindungan dan kepastian hukum dalam mengkonsumsi produk halal. Selain itu, informasi yang disajikan pada *packaging* bolu gulung Vany juga belum lengkap, serta bahan/material yang digunakan untuk *packaging* bolu gulung Vany menggunakan plastik jenis *total plastic* sehingga mudah rusak dan tidak dapat melindungi produk dengan baik. Dan hal-hal tersebut diatas tidak sesuai dengan prinsip sistem ekonomi syariah.