

ABSTRAK

UMKM Anandia Bakery merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam bidang produksi roti sejak tahun 2006 yang beralamat di Jl. Pisang, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat. Jenis roti yang diproduksi Anandia Bakery ada dua jenis, roti tawar dan roti manis. UMKM Anandia Bakery masih menggunakan kemasan tradisional tanpa menggunakan informasi yang jelas pada desain kemasan, sehingga menimbulkan kebosanan pada pelanggan, karena minat konsumen cenderung memperhatikan kemasan yang menarik dan menjanjikan, Sehingga untuk menarik kembali minat konsumen diperlukan suatu pendekatan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan memperhatikan kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kansai engineering yang nantinya dapat memudahkan peneliti dalam melakukan desain kemasan. Dalam pengolahan data peneliti melakukan Teknik penarikan sampel, penentuan jumlah responden dengan jumlah responden yaitu 100 dan kemudian melakukan pengelompokan kuisisioner. Setelah disebarakan kuisisioner maka dilakukan uji validasi data dengan hasil semua kata kansai dinyatakan valid, setelah itu dilakukan uji reliabilitas dan penyusunan kuisisioner kedua untuk membuat rancangan desain kemasan yang baru.dengan adanya desain yang baru dihitung WAI ini bertujuan untuk indeks persepsi yang mengidentifikasi seberapa maksimum produk baru yang ditawarkan memenuhi kepuasan calon konsumen. Dimana didapatkan nilai sebesar 0,5 dalam 4 bulan ke depan konsumen dapat membeli dan mengkonsumsi produk keripik sanjai UMKM Nina dengan tampilan yang menarik.

Kata kunci : Kansei Engineering, Uji validitas, Uji reliabilitas, WAI, Indesk Persepsi, Desain Kemasan.

ABSTRACT

UMKM Anandia Bakery is a manufacturing company engaged in bread production since 2006 which is located at Jl. Pisang, Kec. Pauh, Padang City, West Sumatra. There are two types of bread produced by Anandia Bakery, white bread and sweet bread. MSMEs Anandia Bakery still uses traditional packaging without using clear information on packaging design, thus causing boredom in customers, because consumer interest tends to pay attention to attractive and promising packaging, so to attract consumer interest again an approach is needed that aims to increase sales by paying attention to customer satisfaction. In this study, researchers used the kansai engineering method which can later facilitate researchers in carrying out packaging design. In data processing, researchers perform sampling techniques, determine the number of respondents with the number of respondents, namely 100 and then group questionnaires. After distributing the questionnaire, a data validation test was carried out with the results of all kansai words declared valid, after that a reliability test was carried out and a second questionnaire was prepared to make a new packaging design design. with the newly calculated design WAII aims to a perception index that identifies how maximum the new product offered meets the satisfaction of potential customers. Where a value of 0.5 is obtained, in the next 4 months, consumers can buy and consume Nina's MSME sanjai chips products with an attractive appearance.

Keywords: Kansai Engineering, Validity test, Reliability test, WAII, Indesk Perception, Packaging Design.