



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2024 Page 2209-2229

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Packaging Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Industri Makanan (Literatur Review Manajemen Pemasaran)

Etty Zuliyawati Zed^{1✉}, Achmad Eka Febriansah², Meita Primayanti³, Fita Aryani⁴, Vira Dewi⁵

Universitas Pelita Bangsa

Email: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id^{1✉}

Abstrak

Kemasan produk merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran, terutama dalam industri makanan cepat saji seperti kebab. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kemasan produk Kebab Alibaba dari perspektif desain, fungsi, dan dampaknya terhadap persepsi konsumen. Kebab Alibaba, sebagai salah satu merek kebab yang populer di Indonesia, menggunakan kemasan yang dirancang untuk menarik perhatian, memaksimalkan branding, dan memastikan kualitas produk tetap terjaga. Kami menemukan bahwa desain kemasan Kebab Alibaba mengedepankan kombinasi warna cerah dan elemen visual yang mencerminkan identitas merek. Material yang digunakan menunjukkan perhatian terhadap aspek keberlanjutan, dengan bahan yang ramah lingkungan dan tahan terhadap minyak serta panas. Informasi yang tercantum pada kemasan, seperti logo halal, merek, dan kontak, membantu meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, bentuk dan fungsi kemasan dinilai praktis dan ergonomis, sehingga memberikan pengalaman positif bagi konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan produk Kebab Alibaba tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif untuk membangun citra merek dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Studi ini memberikan wawasan bagi pelaku usaha makanan dalam mengembangkan kemasan yang efektif dan berorientasi pada konsumen.

Kata Kunci: *kemasan produk, desain kemasan, keputusan pembelian, persepsi konsumen, strategi pemasaran.*

Abstract

The product packaging is one of the crucial elements in marketing strategy, especially in the fast-food industry, such as kebabs. This study aims to analyze the packaging of Kebab Alibaba products from the perspective of design, functionality, and its impact on consumer perception. Kebab Alibaba, as one of the popular kebab brands in Indonesia, utilizes packaging designed to capture attention, maximize branding, and ensure product quality. Our findings reveal that Kebab Alibaba's packaging design emphasizes a combination of bright colors and visual elements that reflect the brand's identity. The materials used demonstrate attention to sustainability aspects, employing eco-friendly materials that are resistant to oil and heat. Information included on the packaging, such as the halal logo, brand, and contact details, helps boost consumer trust. Additionally, the shape and functionality of the packaging are considered practical and ergonomic, offering a positive experience for consumers. The study results indicate that Kebab Alibaba's product packaging serves not only as a protective layer but also as an effective communication tool for building brand image and influencing consumer purchase decisions. This research provides valuable insights for food industry players in developing effective and consumer-oriented packaging.

Keyword: product packaging, packaging design, purchase decision, consumer perception, marketing strategy.

PENDAHULUAN

Kemasan produk memegang peranan penting dalam industri modern sebagai salah satu alat komunikasi utama antara produsen dan konsumen. Di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, fungsi kemasan telah berkembang dari sekadar pelindung produk menjadi elemen strategis yang mampu memengaruhi persepsi dan keputusan pembelian konsumen. Dalam era visual seperti saat ini, konsumen tidak hanya mengandalkan kualitas produk tetapi juga merespons daya tarik estetika dan keunikan desain kemasan sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan. Dalam konteks produk makanan seperti Kebab Alibaba, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk agar tetap segar dan higienis, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat menarik perhatian dan memengaruhi keputusan pembelian.

Dengan meningkatnya persaingan di pasar produk makanan ringan, desain kemasan yang menarik dan informatif menjadi salah satu elemen kunci dalam memenangkan hati konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik mampu memberikan daya tarik visual melalui elemen seperti warna, desain grafis, dan pemilihan bahan. Warna-warna cerah dan segar, misalnya, dapat mencerminkan kualitas produk yang alami dan lezat. Dengan desain kemasan yang mencerminkan identitas lokal dan memadukan elemen estetika modern, Kebab Alibaba dapat menarik perhatian konsumen di berbagai segmen pasar.

Penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih produk dengan kemasan yang menarik dibandingkan produk serupa dengan desain yang biasa saja. Hal ini terjadi karena kemasan yang menarik mampu menciptakan emosi positif, membangun rasa penasaran, dan memberikan kesan eksklusivitas. Pada produk seperti Kebab Alibaba, kemasan yang menarik juga berfungsi sebagai pembeda di rak penjualan yang penuh kompetisi. Menurut Rundh (2016) menyatakan bahwa kemasan juga harus fungsional, mudah digunakan, dan ramah lingkungan untuk memenuhi kebutuhan konsumen modern. Kotler dan Keller (2016) menegaskan bahwa kemasan adalah elemen penting dalam bauran pemasaran karena berperan sebagai "silent salesman" yang dapat menarik perhatian, menyampaikan pesan merek, dan menciptakan pengalaman konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana elemen desain kemasan pada Kebab Alibaba memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan memahami elemen desain yang paling berpengaruh, penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi desain kemasan yang lebih efektif..

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan artikel ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan Pendekatan Studi literature yang bertujuan untuk mendapatkan serangkaian ide tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel yang akan diteliti. Langkah yang dilakukan pada Penelitian ini adalah dengan pengumpulan informasi yang telah didapatkan dari literature. Artikel jurnal online yang bersumber dari Google Scholar dan buku-buku referensi yang berhubungan dengan jurnal ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Desain Pada Kemasan Sebagai Identitas Merek dan Menarik Perhatian Konsumen

Kemasan produk merupakan elemen penting dalam strategi pemasaran yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler dan Keller (2016), desain kemasan dapat menarik perhatian konsumen di titik penjualan melalui kombinasi elemen visual seperti warna, tipografi, dan gambar. Elemen-elemen ini mampu menciptakan persepsi terhadap kualitas produk, membentuk citra merek, dan memengaruhi emosi konsumen.

Warna dalam Desain Kemasan

Warna merupakan elemen desain kemasan yang paling mudah dikenali oleh konsumen. Ampuero dan Vila (2006) menyatakan bahwa warna memiliki kemampuan untuk memengaruhi emosi dan persepsi konsumen terhadap produk. Misalnya, warna cerah

seperti kuning dan merah sering diasosiasikan dengan kehangatan dan kelezatan, yang relevan untuk produk makanan seperti Kebab Alibaba. Penggunaan warna-warna ini dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

Tipografi dalam Desain Kemasan

Tipografi atau gaya huruf juga memainkan peran penting dalam kemasan. Rundh (2016) menjelaskan bahwa jenis font yang digunakan harus mencerminkan identitas merek dan membantu konsumen memahami informasi produk dengan mudah. Pada Kebab Alibaba, penggunaan tipografi yang sederhana namun elegan dapat menciptakan kesan premium, sementara tulisan bergaya tradisional dapat memperkuat kesan lokal dan autentik.

Visual dan Grafis pada Kemasan

Visual, seperti ilustrasi atau gambar, memiliki pengaruh besar dalam menarik perhatian konsumen. Underwood et al. (2001) menekankan bahwa gambar atau elemen visual yang relevan dapat menciptakan hubungan emosional antara konsumen dan produk. Pada Kebab Alibaba, ilustrasi yang menggambarkan peta Indonesia, dan ikon-ikon seperti, save earth, energy booster, healthy meal, recommended kebab, dan terdapat juga ikon buang sampah pada tempatnya, dan ikon daur ulang, ditambah tulisan keep clean and green dapat memperkuat daya tarik produk dan menonjolkan keunggulan lokal.

Keterpaduan Elemen Desain

Menurut Silayoi dan Speece (2007), kombinasi elemen desain seperti warna, tipografi, dan visual harus dirancang secara sinergis untuk menciptakan daya tarik yang optimal. Keterpaduan ini penting untuk memastikan bahwa pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen—seperti kelezatan, kualitas premium, dan identitas lokal—tersampaikan dengan jelas dan konsisten.

Relevansi dengan Kebab Alibaba

Dalam konteks Kebab Alibaba, elemen desain kemasan yang menarik dapat menjadi alat pemasaran yang efektif untuk bersaing di pasar makanan cepat saji. Elemen desain seperti kombinasi warna cerah yang mencerminkan cita rasa autentik dan modernitas, serta logo yang menggambarkan keunikan merek. Penggunaan warna merah dan kuning pada kemasan Kebab Alibaba, misalnya, mencerminkan kehangatan dan semangat, yang relevan dengan target pasar mereka. Desain ilustratif dan modern ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga membantu konsumen mengidentifikasi produk Kebab Alibaba dengan mudah di antara kompetitor lain yang menggambarkan keunikan produk dapat meningkatkan daya tarik visual dan mendorong konsumen untuk memilih produk ini dibandingkan pesaingnya.

Kajian ini menunjukkan bahwa elemen desain kemasan tidak hanya sekadar estetika, tetapi juga berkontribusi secara signifikan terhadap persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang elemen-elemen ini penting untuk mendukung strategi pemasaran Kebab Alibaba.

Material Kemasan Yang Memenuhi Standar Untuk Menjaga Kualitas Produk

Material kemasan memainkan peranan penting dalam menjaga kualitas produk sekaligus mencerminkan tanggung jawab merek terhadap lingkungan. Menurut Lindh et al. (2016), kemasan yang berkelanjutan tidak hanya mengurangi dampak lingkungan tetapi juga meningkatkan citra merek di mata konsumen yang semakin peduli terhadap isu-isu lingkungan. Kebab Alibaba menggunakan material kemasan yang dirancang untuk tahan terhadap minyak, panas, dan kelembapan, sehingga mampu menjaga kebersihan serta kualitas produk sampai ke tangan konsumen. Hal ini sesuai dengan studi Robertson (2013), yang menyebutkan bahwa material kemasan makanan harus memiliki sifat-sifat penghalang terhadap faktor eksternal seperti oksigen dan uap air untuk mempertahankan kualitas atau kelezatan produk itu sendiri.

Dari perspektif keberlanjutan, penggunaan bahan ramah lingkungan menjadi salah satu tren dalam industri makanan. Menurut penelitian oleh Verghese et al. (2012), kemasan berbahan dasar kertas atau kardus yang dapat didaur ulang memiliki dampak lingkungan yang lebih rendah dibandingkan dengan plastik konvensional. Kebab Alibaba diketahui menggunakan bahan berbasis kertas yang mudah terurai secara alami, mencerminkan komitmen merek terhadap keberlanjutan.

Relevansi dengan Kebab Alibaba dapat dilihat dari cara merek ini mengintegrasikan bahan yang fungsional dan ramah lingkungan ke dalam kemasannya. Pilihan material ini tidak hanya memastikan produk tetap higienis dan berkualitas tinggi, tetapi juga mendukung upaya global dalam mengurangi limbah plastik. Dengan demikian, material kemasan Kebab Alibaba tidak hanya memenuhi standar keberlanjutan tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap tanggung jawab sosial merek.

Informasi Pada Kemasan Produk Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen

Informasi yang tercantum pada kemasan produk memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan konsumen terhadap merek. Menurut Silayoi dan Speece (2007), konsumen cenderung merasa lebih percaya pada produk yang mencantumkan informasi yang lengkap, jelas, dan relevan. Informasi ini meliputi nama merek, logo brand, sertifikasi halal, slogan dan informasi kontak.

Dalam kasus Kebab Alibaba, informasi pada kemasan disusun untuk memenuhi kebutuhan konsumen akan transparansi dan kepercayaan. Logo halal, misalnya, sangat

penting bagi konsumen Muslim yang membutuhkan jaminan kehalalan produk. Hal ini didukung oleh studi Bonne dan Verbeke (2008), yang menunjukkan bahwa sertifikasi halal pada produk makanan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Muslim.

Selain itu, nama merek dan logo yang jelas membantu meningkatkan pengenalan merek di pasar. Menurut Keller (2013), pengenalan merek yang tinggi memungkinkan konsumen untuk mengingat produk dengan mudah, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Pada kemasan Kebab Alibaba, informasi seperti kontak layanan pelanggan dan media sosial juga disertakan, memungkinkan konsumen untuk berinteraksi langsung dengan merek.

Relevansi dengan Kebab Alibaba dapat dilihat dari bagaimana kemasan mereka menyampaikan pesan yang jelas dan terstruktur kepada konsumen. Dengan mencantumkan informasi penting seperti sertifikasi halal dan informasi kontak, Kebab Alibaba tidak hanya memberikan rasa aman tetapi juga membangun citra merek yang transparan dan dapat dipercaya. Hal ini memperkuat hubungan merek dengan konsumen, terutama di pasar yang semakin kompetitif.

Kemasan Yang Berperan Untuk Meningkatkan Pengalaman dan Memengaruhi Keputusan Pembelian

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik tetapi juga sebagai elemen penting dalam membangun pengalaman konsumen. Pine dan Gilmore (1999) mengemukakan bahwa pengalaman konsumen mencakup semua interaksi mereka dengan merek, termasuk interaksi melalui kemasan. Dalam konteks makanan cepat saji seperti Kebab Alibaba, kemasan yang dirancang dengan baik dapat menciptakan pengalaman yang positif dan mendalam bagi konsumen.

Fungsionalitas Kemasan dalam Meningkatkan Kenyamanan

Fungsionalitas kemasan menjadi faktor utama yang memengaruhi pengalaman konsumen. Menurut Steenis et al. (2017), kemasan yang praktis dan mudah digunakan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Hal ini mencakup kemudahan membuka, membawa, dan menyimpan produk. Kebab Alibaba memanfaatkan desain kemasan yang ergonomis dan praktis, seperti bentuk yang memudahkan konsumen menikmati kebab tanpa membuat tangan kotor. Kemasan ini juga sering dilengkapi dengan fitur-fitur seperti kertas tahan minyak, yang menambah kenyamanan. Kemasan yang fungsional juga mampu meminimalkan risiko kerusakan produk selama distribusi. Menurut Robertson (2013), kemasan makanan harus dirancang untuk melindungi produk dari kontaminasi, kelembapan, dan tekanan fisik. Pada Kebab Alibaba, material yang digunakan dirancang

agar tahan terhadap minyak dan panas, menjaga integritas produk hingga diterima oleh konsumen.

Desain Kemasan dan Daya Tarik Visual

Desain kemasan memiliki peran besar dalam menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan pertama yang positif. Menurut Klimchuk dan Krasovec (2012), kemasan yang menarik secara visual dapat meningkatkan minat beli. Warna cerah seperti merah dan kuning, yang sering digunakan oleh Kebab Alibaba, diasosiasikan dengan energi dan nafsu makan. Desain ini juga relevan dengan target pasar yang terdiri dari konsumen muda dan dinamis. Elemen visual seperti logo, tipografi, dan ilustrasi juga berkontribusi pada persepsi merek. Kebab Alibaba menggunakan logo yang mencerminkan identitas Timur Tengah dengan sentuhan modern, memperkuat asosiasi merek dengan produk kebab berkualitas. Hal ini sesuai dengan penelitian Silayo dan Speece (2007), yang menunjukkan bahwa elemen desain visual pada kemasan memengaruhi persepsi nilai produk oleh konsumen.

Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Kemasan tidak hanya membangun pengalaman tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Underwood et al. (2001), kemasan yang efektif dapat berfungsi sebagai "silent salesperson," menarik perhatian konsumen di rak dan memengaruhi keputusan pembelian dalam hitungan detik. Kebab Alibaba memanfaatkan desain kemasan yang mencolok dan informatif, sehingga konsumen dapat dengan cepat mengenali produk mereka di antara kompetitor. Informasi yang tercantum pada kemasan, seperti Nama Merek, logo brand, slogan, level rasa kebab, dan sertifikasi halal, juga memberikan rasa aman kepada konsumen, yang merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Bonne dan Verbeke (2008) menemukan bahwa konsumen Muslim lebih cenderung memilih produk dengan label halal yang jelas, sebuah elemen yang secara konsisten diterapkan oleh Kebab Alibaba pada kemasannya.

Relevansi dengan Kebab Alibaba

Kemasan Kebab Alibaba dirancang untuk memberikan pengalaman positif sejak konsumen menerima produk hingga mengkonsumsi. Penggunaan bahan berkualitas yang tahan panas dan minyak menunjukkan komitmen terhadap kualitas. Desain visual yang menarik dengan kombinasi warna khas merah dan kuning mencerminkan identitas merek yang kuat sekaligus meningkatkan daya tarik produk di pasar. Dengan mencantumkan informasi yang relevan dan memastikan fungsionalitas yang tinggi, kemasan Kebab Alibaba tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga memengaruhi keputusan pembelian mereka secara langsung. Dengan demikian, kemasan produk Kebab Alibaba tidak hanya berfungsi sebagai alat pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi merek

yang efektif, yang secara langsung meningkatkan pengalaman konsumen dan mendorong loyalitas terhadap merek.

Kelebihan Dan Kekurangan Kemasan Kebab Alibaba dengan Produk Sejenis

Kemasan produk memainkan peran penting dalam menentukan daya saing di pasar makanan cepat saji. Analisis kekuatan dan kelemahan kemasan Kebab Alibaba dibandingkan merek lain membantu mengidentifikasi keunggulan kompetitif sekaligus peluang untuk perbaikan. Kajian ini didasarkan pada penelitian mengenai strategi kemasan dan perbandingan produk serupa di pasar.

Kekuatan Kemasan Kebab Alibaba

Identitas Merek yang Kuat Menurut Silayo dan Speece (2007), elemen visual seperti warna dan logo memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen. Kemasan Kebab Alibaba menggunakan kombinasi warna merah dan kuning yang cerah dan menarik perhatian. Warna-warna ini diasosiasikan dengan energi, kelezatan, dan gairah makan, yang relevan dengan target pasar makanan cepat saji.

Material yang tahan panas dan minyak salah satu keunggulan kemasan Kebab Alibaba adalah bahan yang digunakan, yang mampu menahan panas dan mencegah kebocoran minyak. Robertson (2013) menyebutkan bahwa kemasan makanan yang berkualitas tinggi berkontribusi pada perlindungan produk dan kenyamanan konsumen. Hal ini membedakan Kebab Alibaba dari beberapa pesaing yang menggunakan bahan kemasan lebih murah dan kurang tahan terhadap minyak.

Informasi produk yang lengkap kemasan Kebab Alibaba mencantumkan informasi penting seperti logo halal dan informasi kontak, yang memberikan rasa aman kepada konsumen. Bonne dan Verbeke (2008) menyebutkan bahwa label halal pada produk makanan memainkan peran penting dalam menarik konsumen Muslim, sebuah strategi yang juga diadopsi oleh Kebab Alibaba.

Kelemahan Kemasan Kebab Alibaba

Kurangnya inovasi dalam desain meskipun desain kemasan Kebab Alibaba fungsional, beberapa konsumen mungkin menganggapnya kurang inovatif dibandingkan merek lain. Misalnya, beberapa pesaing menggunakan desain yang lebih interaktif dengan menyertakan masa bertahannya kebab atau baik dikonsumsi sebelum dingin, yang akan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Ketidakhadiran elemen ergonomis untuk penggunaan ulang, beberapa merek telah mulai memperkenalkan kemasan yang bisa digunakan kembali untuk berbagai keperluan lain (misalnya, kotak makanan). Ketidakhadiran elemen ini bisa menjadi kelemahan di tengah tren konsumen yang menghargai fungsi tambahan dari kemasan.

Kompetisi dengan merek lokal dan global kemasan Kebab Alibaba menghadapi tantangan dari produk sejenis yang menawarkan kemasan dengan sentuhan lokal atau nilai budaya yang lebih menonjol. Selain itu, merek global sering menggunakan teknologi canggih dalam desain kemasan mereka, seperti segel kedap udara yang lebih canggih, yang memberikan kesan premium.

Relevansi dengan Pasar dan Konsumen

Kemasan Kebab Alibaba mencerminkan kekuatan merek dalam menarik perhatian konsumen melalui desain yang sederhana namun fungsional. Namun, persaingan dengan merek lain, terutama dalam hal inovasi dan keberlanjutan, menunjukkan adanya kebutuhan untuk terus berinovasi. Mengadopsi bahan ramah lingkungan dan memperkenalkan elemen desain yang lebih kreatif dapat memperkuat posisi Kebab Alibaba di pasar.

Implikasi untuk Perbaikan

Mengatasi kelemahan dalam kemasan dapat memberikan nilai tambah bagi merek. Misalnya, mengintegrasikan bahan yang lebih ramah lingkungan tidak hanya memenuhi tuntutan pasar tetapi juga meningkatkan citra merek. Selain itu, menambahkan elemen desain yang unik, seperti cerita merek atau ilustrasi interaktif, dapat menciptakan daya tarik tambahan bagi konsumen muda.

Dengan memahami kekuatan dan kelemahan kemasan Kebab Alibaba dibandingkan merek lain, perusahaan dapat terus meningkatkan daya saing di pasar makanan cepat saji yang kompetitif. Kajian ini menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik secara emosional dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan loyalitas konsumen. Dalam pasar oleh-oleh yang kompetitif, kemasan atau packaging Kebab Alibaba yang dirancang secara strategis dapat menciptakan nilai emosional dan mendorong hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Pengaruh Desain Pada Kemasan Sebagai Identitas Merek dan Menarik Perhatian Konsumen

Berdasarkan pengumpulan data dan analisis terhadap desain kemasan Kebab Alibaba, ditemukan beberapa elemen penting yang mencerminkan identitas merek dan mampu menarik perhatian konsumen:

Warna dan Elemen Visual

Kemasan Kebab Alibaba menggunakan warna merah dan kuning sebagai warna dominan. Kombinasi warna ini tidak hanya mencerminkan energi dan kehangatan, tetapi juga menarik perhatian konsumen di rak penjualan. Menurut Silayoi dan Speece (2007), warna cerah seperti merah sering diasosiasikan dengan rasa lapar dan nafsu makan, sedangkan kuning memberikan kesan ceria dan ramah.

Logo dan Branding

Logo Kebab Alibaba yang khas dengan font tegas dan ikon yang unik memberikan identitas visual yang mudah dikenali. Desain ini memudahkan konsumen mengingat merek, khususnya di pasar makanan cepat saji yang sangat kompetitif. Elemen ini selaras dengan teori dari Keller (2001) tentang pentingnya "brand recall" dalam menarik loyalitas konsumen.

Penggunaan Bahasa dan Informasi Produk

Kemasan Kebab Alibaba menampilkan informasi dalam bahasa yang jelas dan informatif, termasuk nama produk, logo halal, dan keterangan bahan. Kehadiran label halal menjadi salah satu nilai tambah, mengingat mayoritas konsumen Kebab Alibaba berasal dari pasar Muslim.

Ilustrasi dan Gambar Pendukung

Kemasan juga menyertakan ilustrasi atau gambar produk yang menggambarkan kebab dengan isian yang melimpah. Gambar ini membantu menciptakan ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk dan menambah daya tarik visual.

Material Kemasan Yang Memenuhi Standar Untuk Menjaga Kualitas Produk

Berdasarkan hasil analisis terhadap material kemasan Kebab Alibaba, ditemukan beberapa hal berikut:

Jenis Material Kemasan

Kemasan Kebab Alibaba menggunakan kertas food-grade yang tahan minyak sebagai material utama. Material ini memiliki sifat ramah lingkungan karena dapat didaur ulang, meskipun belum sepenuhnya biodegradable. Bahan ini dipilih untuk menjaga kualitas produk, khususnya tekstur dan kesegaran kebab, selama distribusi dan konsumsi.

Keberlanjutan Material

Dari segi keberlanjutan, material kertas lebih ramah lingkungan dibandingkan plastik, karena memiliki jejak karbon yang lebih rendah selama proses produksi. Namun, untuk mencapai standar keberlanjutan yang lebih tinggi, diperlukan penggunaan material yang sepenuhnya kompos atau biodegradable.

Kemampuan Menjaga Kualitas Produk

Material kemasan yang digunakan efektif dalam menjaga kualitas produk. Kertas tahan minyak memastikan kebab tetap segar dan tidak bocor selama transportasi. Ini relevan dengan kebutuhan konsumen akan kenyamanan dan kebersihan saat menikmati makanan cepat saji.

Kesesuaian dengan Regulasi

Material yang digunakan memenuhi standar keamanan pangan (food safety) yang ditetapkan oleh regulator nasional dan internasional. Hal ini memberikan kepercayaan

tambahan kepada konsumen terhadap produk.

Informasi Pada Kemasan Produk Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen

Berdasarkan analisis kemasan Kebab Alibaba, berikut adalah informasi utama yang tercantum pada kemasan dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen:

Logo dan Nama Merek

Kemasan Kebab Alibaba mencantumkan logo dan nama merek yang mudah dikenali, dengan desain yang konsisten di setiap produk. Hal ini memberikan kesan profesional dan kredibilitas merek.

Label Halal

Salah satu elemen penting yang tercantum adalah label halal resmi. Informasi ini sangat relevan bagi konsumen Muslim yang menjadi mayoritas target pasar Kebab Alibaba. Label halal meningkatkan rasa aman konsumen dalam memilih produk.

Level Rasa Kebab

Kemasan menyertakan deskripsi tentang ukuran produk, seperti "Kebab dengan pilihan atau level rasa yang berbeda" Deskripsi ini membantu konsumen memahami rasa pedas kebab yang ditawarkan.

Ukuran Kebab

Kemasan menyertakan deskripsi singkat tentang produk, seperti kebab dengan ukuran yang berbeda, deskripsi ini membantu konsumen memahami ukuran apa saja yang ditawarkan.

Petunjuk atau Informasi Untuk Tetap Menjaga Kebersihan

Kemasan memberikan instruksi sederhana untuk para konsumen kebab alibaba agar selalu menjaga kebersihan.

Informasi Produsen dan Kontak

Tercantum juga nama produsen, alamat, dan nomor kontak layanan pelanggan, yang memberikan rasa transparansi dan memudahkan konsumen untuk menghubungi jika ada pertanyaan atau keluhan.

Kemasan Yang Berperan Untuk Meningkatkan Pengalaman dan Memengaruhi Keputusan Pembelian

Berdasarkan observasi dan analisis, kemasan Kebab Alibaba berkontribusi pada pengalaman konsumen dan keputusan pembelian melalui beberapa aspek:

Fungsi Praktis Kemasan

Kemasan Kebab Alibaba dirancang dengan kertas tahan minyak dan dilengkapi lipatan yang mudah dibuka. Hal ini memberikan kenyamanan saat konsumsi, terutama untuk makanan cepat saji yang sering dikonsumsi di perjalanan.

Desain Visual yang Menarik

Kemasan menampilkan desain visual dengan warna-warna cerah, logo yang mencolok, dan elemen grafis yang mencerminkan cita rasa Timur Tengah. Desain ini membantu membedakan produk dari merek pesaing.

Informasi pada Kemasan

Kehadiran informasi yang relevan, seperti label halal, deskripsi produk, dan informasi nutrisi, memberikan rasa percaya dan meningkatkan nilai tambah bagi konsumen.

Kesesuaian dengan Lifestyle Modern

Kemasan dirancang untuk mendukung gaya hidup modern yang cepat dan dinamis. Material yang ringan dan ukuran yang ergonomis membuatnya mudah dibawa dan dikonsumsi di mana saja.

Kelebihan Dan Kekurangan Kemasan Kebab Alibaba dengan Produk Sejenis

Kemasan Kebab Alibaba memiliki sejumlah kekuatan dan kelemahan yang membedakannya dari produk sejenis dari merek lain. Berikut adalah temuan utama berdasarkan analisis:

Kekuatan Kemasan Kebab Alibaba

Desain Visual yang Mencolok

Penggunaan warna cerah dan elemen grafis yang khas mencerminkan identitas merek Timur Tengah. Ini membedakan produk dari pesaing yang mungkin menggunakan desain lebih generik.

Konsistensi logo dan branding di seluruh kemasan meningkatkan pengenalan merek.

Fungsi Praktis

1. Material kemasan yang tahan minyak memberikan pengalaman konsumsi yang bersih dan nyaman.
2. Kemasan yang mudah dibawa dan dilipat cocok untuk gaya hidup modern yang serba cepat.
3. Informasi yang Relevan
4. Kehadiran label halal dan informasi kontak serta media sosial menjadi nilai tambah penting, terutama di pasar yang mayoritas konsumennya Muslim.
5. Petunjuk penyajian dan penyimpanan meningkatkan kenyamanan konsumen.
6. Harga Kompetitif
7. Dalam kategori makanan cepat saji, kemasan Kebab Alibaba menawarkan nilai yang sepadan dengan harga produk tanpa mengorbankan estetika atau fungsionalitas.

Kelemahan Kemasan Kebab Alibaba

1. Kurangnya Inovasi Teknologi
2. Tidak adanya elemen interaktif, seperti QR code untuk promosi atau informasi tambahan, membuat kemasan terlihat konvensional dibandingkan beberapa pesaing yang telah menerapkan teknologi serupa.
3. Aspek Keberlanjutan
4. Material kertas anti minyak yang digunakan belum sepenuhnya ramah lingkungan, sehingga dapat menjadi perhatian bagi konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan.
5. Desain yang Mungkin Terlihat Niche atau Bertema Timur Tengah
6. Fokus pada tema Timur Tengah mungkin membatasi daya tarik kemasan untuk segmen konsumen yang lebih luas, terutama yang tidak familiar dengan budaya tersebut.
7. Kompetisi Branding
8. Beberapa pesaing seperti Kebab Turki Baba Rafi menawarkan kemasan dengan pendekatan branding modern yang lebih beragam, seperti menonjolkan sisi premium atau menggunakan desain minimalis yang menarik bagi konsumen.

Pengaruh Desain Pada Kemasan Sebagai Identitas Merek dan Menarik Perhatian Konsumen Kesesuaian Desain dengan Identitas Merek

Kemasan Kebab Alibaba mencerminkan identitas merek yang modern dan dinamis. Pemilihan warna cerah dan desain yang sederhana tetapi mencolok menunjukkan keselarasan dengan pesan merek yang ingin disampaikan, yaitu kelezatan yang cepat dan mudah diakses. Hal ini mendukung teori branding yang menyebutkan bahwa elemen desain harus mencerminkan nilai dan kepribadian merek (Aaker, 1997).

Kemampuan Menarik Perhatian Konsumen

Desain kemasan yang mencolok dan fungsional memainkan peran sebagai "silent salesperson" (Underwood et al., 2001). Kombinasi warna, ilustrasi, dan informasi yang ditampilkan membuat kemasan Kebab Alibaba mudah dikenali di antara produk sejenis.

Pengaruh Desain terhadap Persepsi Nilai

Desain kemasan tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian tetapi juga membangun persepsi nilai. Gambar produk yang menggugah selera dan informasi lengkap memberikan kepercayaan kepada konsumen tentang kualitas produk. Hal ini relevan dengan temuan Silayoi dan Speece (2007) yang menyebutkan bahwa elemen visual dan informasi pada kemasan dapat memengaruhi persepsi kualitas.

Rekomendasi Pengembangan

Meskipun desain kemasan Kebab Alibaba sudah efektif dalam mencerminkan identitas merek, ada ruang untuk inovasi lebih lanjut. Penambahan elemen cerita merek atau ilustrasi yang lebih personal dapat memberikan hubungan emosional yang lebih kuat dengan konsumen. Selain itu, memanfaatkan teknologi, seperti kode QR untuk informasi tambahan, dapat meningkatkan interaktivitas dan pengalaman konsumen.

Desain kemasan Kebab Alibaba berhasil mencerminkan identitas merek yang modern dan menarik perhatian konsumen melalui kombinasi warna cerah, elemen visual yang khas, dan informasi yang lengkap. Dengan beberapa inovasi tambahan, kemasan dapat lebih memengaruhi keputusan pembelian konsumen sekaligus memperkuat citra merek di pasar makanan cepat saji.

Material Kemasan Yang Memenuhi Standar Untuk Menjaga Kualitas Produk

Keunggulan Material dalam Menjaga Kualitas

Kemasan Kebab Alibaba yang menggunakan kertas tahan minyak menunjukkan kemampuan material dalam menjaga kualitas produk. Material ini mencegah kebab menjadi basah atau berminyak, yang dapat merusak pengalaman konsumen. Robertson (2013) menyebutkan bahwa kemasan makanan harus mampu melindungi produk dari kerusakan fisik dan kimia selama transportasi, dan Kebab Alibaba telah memenuhi fungsi ini dengan baik.

Keberlanjutan Material

Penggunaan kertas sebagai material utama mencerminkan langkah progresif menuju keberlanjutan. Steenis et al. (2017) menekankan bahwa konsumen modern semakin memperhatikan aspek ramah lingkungan dari kemasan. Namun, untuk meningkatkan keberlanjutan, Kebab Alibaba dapat mengadopsi material biodegradable yang lebih ramah lingkungan, seperti kertas kompos atau bahan berbasis serat alami.

Tantangan dalam Keberlanjutan

Meskipun material kertas lebih ramah lingkungan dibandingkan plastik, proses produksi dan pelapis tahan minyak (coating) masih memiliki dampak lingkungan yang signifikan. Selain itu, pengelolaan limbah kertas yang terkontaminasi makanan dapat menjadi kendala dalam proses daur ulang. Hal ini menjadi tantangan bagi Kebab Alibaba untuk menemukan solusi inovatif yang tetap mendukung keberlanjutan tanpa mengorbankan kualitas.

Relevansi dengan Konsumen

Material kemasan yang digunakan sesuai dengan ekspektasi konsumen modern, yang

mengutamakan kualitas dan kebersihan makanan. Konsumen juga semakin menghargai usaha perusahaan dalam mengurangi dampak lingkungan melalui pemilihan material ramah lingkungan (Silayoi & Speece, 2007).

Rekomendasi Pengembangan

1. Menggunakan material biodegradable atau kompos untuk meningkatkan keberlanjutan.
2. Mengurangi atau mengganti lapisan tahan minyak dengan bahan pelapis alami yang lebih ramah lingkungan.
3. Menyertakan edukasi kepada konsumen melalui informasi di kemasan tentang cara mendaur ulang material.

Material kemasan Kebab Alibaba berhasil memenuhi kebutuhan fungsional dalam menjaga kualitas produk dan memberikan kenyamanan kepada konsumen. Dari segi keberlanjutan, material yang digunakan sudah lebih ramah lingkungan dibandingkan plastik, tetapi masih memiliki ruang untuk perbaikan, terutama dalam hal penggunaan bahan biodegradable. Dengan inovasi lebih lanjut, Kebab Alibaba dapat meningkatkan standar keberlanjutan sekaligus menjaga kualitas dan kepercayaan konsumen.

Informasi Pada Kemasan Produk Yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen

Peran Informasi dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen

Informasi yang lengkap pada kemasan menciptakan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan keamanan produk. Label halal, misalnya, memainkan peran penting dalam memberikan jaminan bahwa produk sesuai dengan standar agama Islam (Bonne & Verbeke, 2008). Selain itu, informasi kontak produsen mencerminkan transparansi yang dihargai konsumen modern.

Kesesuaian Informasi dengan Kebutuhan Konsumen

Kemasan Kebab Alibaba dirancang untuk memberikan informasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen. Informasi kontak atau media sosial misalnya, sangat penting bagi konsumen yang ingin tau lebih tentang kebab alibaba sehingga meningkatkan kenyamanan penggunaan produk. Menurut Silayoi & Speece (2007), informasi yang jelas pada kemasan dapat memengaruhi keputusan pembelian secara positif.

Pengaruh pada Keputusan Pembelian

Informasi yang tercantum pada kemasan membantu membangun citra merek yang terpercaya dan profesional. Kejelasan informasi mendorong keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar yang kompetitif seperti makanan cepat saji. Underwood et al.

(2001) menyebutkan bahwa kemasan dengan informasi yang efektif berfungsi sebagai alat komunikasi langsung antara merek dan konsumen.

Tantangan dan Peluang

Meskipun informasi pada kemasan Kebab Alibaba sudah cukup lengkap, ada peluang untuk meningkatkan interaksi dengan konsumen, misalnya dengan menambahkan QR code yang mengarahkan ke informasi lebih mendalam, seperti sumber bahan baku, cerita merek, atau promosi.

Relevansi dengan Kepercayaan Konsumen

Kehadiran label halal dan informasi kontak menunjukkan perhatian Kebab Alibaba terhadap kebutuhan konsumen. Hal ini memperkuat hubungan emosional antara merek dan konsumen, sekaligus meningkatkan loyalitas. Robertson (2013) menyatakan bahwa kemasan yang informatif dan relevan membantu menciptakan kepercayaan jangka panjang.

Informasi pada kemasan Kebab Alibaba memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Elemen seperti Nama dan logo Brand, label halal, informasi kontak, serta slogan produk menunjukkan transparansi dan profesionalisme merek. Dengan inovasi tambahan seperti teknologi interaktif, Kebab Alibaba dapat lebih memperkuat citra merek dan hubungan dengan konsumen.

Kemasan Yang Berperan Untuk Meningkatkan Pengalaman dan Memengaruhi Keputusan Pembelian

Kemasan sebagai Faktor Pengalaman Konsumen

Pengalaman konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh interaksi mereka dengan kemasan. Menurut Silayoi & Speece (2007), kemasan berperan sebagai "silent salesman" yang dapat meningkatkan daya tarik produk dan pengalaman pengguna. Kemasan Kebab Alibaba, dengan fungsionalitas yang baik dan desain menarik, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan praktis.

Pengaruh Kemasan terhadap Keputusan Pembelian

Desain kemasan yang mencolok dapat menarik perhatian konsumen di rak atau etalase. Kombinasi warna, logo, dan elemen visual pada kemasan Kebab Alibaba membantu memperkuat identitas merek dan menarik konsumen potensial. Underwood et al. (2001) menunjukkan bahwa visual kemasan yang efektif mampu menciptakan asosiasi emosional dengan merek, yang mendorong keputusan pembelian.

Kemasan dan Loyalitas Konsumen

Kemasan yang mempermudah konsumen, seperti desain lipatan yang praktis dan material yang tahan minyak, meningkatkan kesan positif terhadap merek. Konsumen cenderung mengingat merek yang memberikan pengalaman menyenangkan, sehingga

kemasan Kebab Alibaba juga berperan dalam membangun loyalitas.

Tantangan dan Peluang

Meskipun kemasan Kebab Alibaba sudah memenuhi fungsi dasar dan estetika, ada peluang untuk meningkatkan pengalaman konsumen lebih jauh. Misalnya, menambahkan elemen interaktif seperti QR code untuk mendapatkan diskon atau informasi tambahan dapat meningkatkan engagement konsumen.

Relevansi dengan Konsumen Modern

Kemasan yang sesuai dengan kebutuhan gaya hidup modern, seperti ringan, mudah dibawa, dan ramah lingkungan, sangat dihargai oleh konsumen saat ini (Steenis et al., 2017). Hal ini mencerminkan kemampuan Kebab Alibaba dalam memahami target pasarnya. Kemasan Kebab Alibaba memainkan peran penting dalam meningkatkan pengalaman konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian. Desain praktis dan menarik, informasi yang relevan, serta kesesuaian dengan gaya hidup modern adalah faktor-faktor utama yang menjadikan kemasan ini efektif. Dengan inovasi lebih lanjut, seperti integrasi teknologi atau desain yang lebih ramah lingkungan, Kebab Alibaba dapat semakin memperkuat posisinya di pasar.

Kelebihan Dan Kekurangan Kemasan Kebab Alibaba dengan Produk Sejenis

Kemasan sebagai Diferensiasi

Kemasan Kebab Alibaba unggul dalam membangun identitas merek yang kuat. Desain visualnya membantu menarik perhatian di pasar yang kompetitif. Menurut Kotler & Keller (2016), kemasan yang mencerminkan nilai merek dapat meningkatkan daya saing produk.

Keterbatasan pada Keberlanjutan

Keberlanjutan menjadi isu penting dalam industri makanan. Merek yang belum mengadopsi material ramah lingkungan cenderung kalah bersaing dalam jangka panjang. Steenis et al. (2017) menyebutkan bahwa konsumen semakin memperhatikan aspek keberlanjutan kemasan dalam keputusan pembelian.

Perbandingan dengan Produk Sejenis

Pesaing seperti Kebab Turki Baba Rafi telah mengadopsi elemen branding yang lebih modern, termasuk kemasan premium dan strategi digital seperti promosi berbasis teknologi QR code. Hal ini menjadi tantangan bagi Kebab Alibaba untuk terus berinovasi.

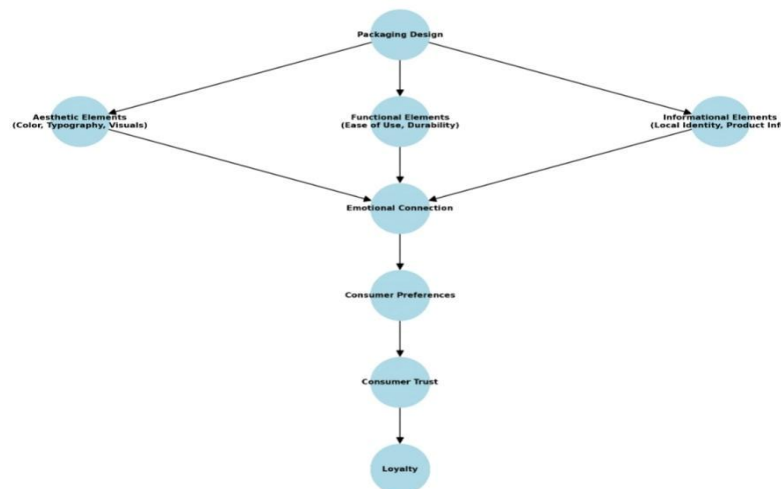
Peluang Perbaikan

1. Meningkatkan keberlanjutan material dengan menggunakan bahan daur ulang atau biodegradable.
2. Menambahkan fitur interaktif seperti QR code untuk meningkatkan engagement konsumen.

3. Mengeksplorasi desain yang lebih universal agar menarik bagi segmen konsumen yang lebih luas.

Kemasan Kebab Alibaba memiliki sejumlah kekuatan, seperti desain visual yang mencerminkan identitas merek, fungsi praktis, dan informasi yang relevan. Namun, kelemahan pada aspek keberlanjutan dan kurangnya inovasi teknologi dapat menjadi tantangan dalam mempertahankan daya saing. Dengan perbaikan pada aspek-aspek tersebut, kemasan Kebab Alibaba dapat lebih unggul di pasar makanan cepat saji.

Conceptual Framework :



Gambar 1 Conceptual Framework

Desain kemasan menjadi elemen utama yang memengaruhi pengalaman dan persepsi konsumen terhadap Kebab Alibaba. Desain ini mencakup tiga aspek utama: Aesthetic Elements (Elemen Estetika): Meliputi warna, tipografi, dan visual yang menciptakan daya tarik visual. Informational Elements (Elemen Informasi): Berupa informasi seperti logo halal yang meningkatkan kepercayaan konsumen. Functional Elements (Elemen Fungsional): Termasuk kemudahan penggunaan dan daya tahan kemasan yang mendukung kenyamanan konsumen.

Setiap elemen desain kemasan memengaruhi hubungan emosional konsumen dengan produk. Misalnya: Elemen estetika menimbulkan kesan positif dan kebanggaan terhadap produk lokal. Informasi yang relevan memberikan rasa aman dan kepercayaan pada produk. Elemen fungsional meningkatkan kenyamanan konsumen, menciptakan pengalaman yang menyenangkan.³ Hubungan emosional yang terbentuk mendorong konsumen untuk lebih memilih Kebab Alibaba dibandingkan produk lain. Preferensi ini mencerminkan keinginan untuk mendukung produk yang memberikan nilai emosional dan fungsional.⁴ Preferensi konsumen yang kuat terhadap produk dengan desain kemasan yang efektif memperkuat kepercayaan mereka terhadap merek. Kepercayaan ini mencakup

persepsi bahwa produk berkualitas tinggi, aman, dan konsisten. Dengan kepercayaan yang terbangun, konsumen cenderung untuk: Membeli ulang produk Kebab Alibaba. Merekomendasikan produk kepada orang lain. Mengembangkan hubungan jangka panjang dengan merek.

SIMPULAN

Kemasan produk Kebab Alibaba memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan pengalaman konsumen yang positif serta memengaruhi keputusan pembelian. Melalui desain kemasan yang menarik, praktis, dan ramah lingkungan, Kebab Alibaba berhasil membedakan dirinya dari pesaing di pasar. Kemasan yang digunakan tidak hanya menjaga kualitas produk dengan baik, tetapi juga memberi kesan estetis yang menyenangkan, yang dapat memperkuat daya tarik visual dan pengenalan merek. Informasi yang jelas dan transparan yang tercantum pada kemasan juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, memberikan nilai tambah yang signifikan. Namun, meskipun kemasan Kebab Alibaba memiliki banyak kekuatan, ada beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Material kemasan berbasis kertas dan karton mungkin kurang tahan terhadap kelembaban atau kerusakan fisik, serta tidak seefektif kemasan plastik atau insulasi dalam menjaga suhu makanan. Hal ini dapat mempengaruhi pengalaman konsumen, terutama bagi mereka yang membeli kebab untuk dibawa pulang atau dimakan dalam perjalanan. Di sisi lain, meskipun desain kemasan cukup menarik, tidak banyak diferensiasi yang membedakannya secara fungsional dari produk pesaing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ampuero, O., & Vila, N. (2006). Consumer perceptions of product packaging. *Journal of Consumer Marketing*, 23(2), 100-112.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Magnier, L., & Schoormans, J. (2017). How do packaging material, aesthetics, and verbal claims influence consumer evaluation of packaged products? *Food Quality and Preference*, 61, 64-75.
- Rundh, B. (2016). The role of packaging within marketing and value creation. *British Food Journal*, 118(10), 2491-2511.
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1495-1517.
- Papadopoulos, N., & Heslop, L. A. (2002). Country equity and country branding: Problems

- and prospects. *Journal of Brand Management*, 9(4), 294-314.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
- Prendergast, G., & Pitt, L. (1996). Packaging, marketing, logistics and the environment: Are there trade-offs? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(6), 60-72.
- Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, R. R. (2001). Packaging communication: Attentional effects of product imagery. *Journal of Product & Brand Management*, 10(7), 403-422.
- Arens, W. F., Weigold, M. F., & Arens, C. (2011). *Contemporary Advertising and Integrated Marketing Communications* (13th ed.). McGraw-Hill Education.
- Bloch, P. H. (1995). Seeking the ideal form: Product design and consumer response. *Journal of Marketing*, 59(3), 16-29.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Nancarrow, C., Wright, L. T., & Brace, I. (1998). Gaining competitive advantage from packaging and labelling in marketing communications. *British Food Journal*, 100(2), 110-118.
- Lindstrom, M. (2010). *Buyology: Truth and Lies About Why We Buy*. Random House.
- Peters, T., & Waterman, R. H. (1982). In *Search of Excellence: Lessons from America's Best-Run Companies*. Harper & Row.
- Wells, L. E., Farley, H., & Armstrong, G. A. (2007). The importance of packaging design for own - label food brands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(9), 677-690.
- Rettie, R., & Brewer, C. (2000). The verbal and visual components of package design. *Journal of Product & Brand Management*, 9(1), 56-70.
- Garber, L. L., Burke, R. R., & Jones, J. M. (2000). The role of package appearance in consumer purchase consideration and choice. *Marketing Science Institute Working Paper Series*, 00-104.
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22.
- Prendergast, G., & Pitt, L. (1996). Packaging, marketing, logistics and the environment: Are there trade-offs? *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 26(6), 60-72. <https://doi.org/10.1108/09600039610127560>
- Underwood, R. L., Klein, N. M., & Burke, R. R. (2001). Packaging communication: Attentional effects of product imagery. *Journal of Product & Brand Management*, 10(7), 403-422.

<https://doi.org/10.1108/10610420110410531>

Rundh, B. (2016). The role of packaging within marketing and value creation. *British Food Journal*, 118(10), 2491–2511. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2015-0390>