

# LAMPIRAN

# RE-DESIGN KEMASAN KERIPIK PISANG MENGUNAKAN METODE *KANSEI ENGINEERING*

(Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

**Aji Saputro Widiyanto, Ir. Eli Mas'idah, M.T, Brav Deva Bernadi, S.T.,M.T**  
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)  
Jl. Raya Kaligawe KM.4 Semarang  
[Ajisaputrowidiyanto@std.unissula.ac.id](mailto:Ajisaputrowidiyanto@std.unissula.ac.id)

**Abstrak** - UPPKS Susilo Utomo merupakan Home Industry yang memproduksi makanan ringan berupa keripik yaitu keripik pisang dan keripik singkong. Produk yang dihasilkan dipasarkan di kawasan Grobogan dan sekitarnya. Kemasan yang digunakan saat ini menggunakan kemasan plastik dan penambahan label pada umumnya. Kemasan juga tidak bisa di tutup kembali setelah dibuka, sehingga isi di dalam kemasan tidak bisa bertahan lama. Selain itu bentuk label saat ini masih kurang menarik karena bagian belakang terlihat kosong atau putih polos, selain itu tidak ada keterangan berat isi, belum tercantum tanggal kadaluarsa (*Expired*) produk dan informasi lainnya tentang produk yang dianggap mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk keripik pisang.

Pada penelitian saat ini akan dilakukan redesign kemasan menggunakan metode *Kansai Engineering*. *Kansei Engineering* (KE) adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan. Metode *Kansei Engineering* merupakan metode untuk menganalisa atribut produk melalui analisa hasil kuesioner yang nantinya memiliki output berupa *kansei word*. *Kansei word* didapatkan melalui analisa kuesioner.

Dari hasil pemilihan konsep diperoleh luaran berupa konsep desain terpilih dengan melihat nilai total score terbesar. Maka dari hasil total score terbesar terpilih konsep desain A (desain kemasan dengan warna merah dan putih) dengan total score sebesar 3,78. Sedangkan untuk perbandingan biaya pembuatan pada kemasan usulan memerlukan biaya sebesar Rp. 3.100/pcs sedangkan untuk biaya kemasan saat ini memerlukan biaya sebesar Rp. 1.420/pcs.

**Kata Kunci** : Keripik pisang, *Kansai Engineering*, *Re-Design Kemasan*.

**Abstract** - UPPKS Susilo Utomo is a Home Industry producing snack in the form of chips, namely chips banana and cassava chips. The resulting products are marketed in Grobogan district and surrounding areas. Packaging in use today use plastic packaging and the addition of labels in General. The packaging also could not be closed again after opening, so that the contents in the packaging could not last long. In addition the form label currently still less attractive because the back looks empty or plain white, furthermore there is no description of the weight of the contents, has listed the expiration date (*Expired*) products and other information about the products that are considered capable of affect the consumer interest in banana chips to purchase the product.

This research will be done on the packaging redesign *Kansei Engineering*. *Kansei Engineering (KE)* is a method to ensure that a product or service meets the desired emotional response. *Kansei Engineering* method is a method to analyze the product attributes through the analysis of the results of a questionnaire that would have output in the form of *kansei* word. *Kansei* word is obtained through the analysis of the questionnaire.

From the results of concept selection, the outcome is obtained in the form of a chosen design concept by looking at the largest total score. So from the results of the largest total score selected design concept A (design packaging in red and white) with a total score of 3.78. As for the comparison of manufacturing costs on the proposed package requires a fee of Rp. 3,100/pcs while the current packaging costs Rp. 1.420/pcs.

**Keywords:** *Banana Chips, Kansai Engineering, Packaging Re-Design*

## I. PENDAHULUAN

UPPKS Susilo Utomo yang berada di Desa Pangkalan, Kec. Karangrayung Kab. Grobogan merupakan *Home Industry* yang memproduksi makanan ringan berupa keripik yaitu keripik pisang dan keripik singkong. Produk yang dihasilkan dipasarkan di kawasan Grobogan dan sekitarnya. Kemasan yang digunakan saat ini menggunakan kemasan plastik dan penambahan label pada umumnya. Kemasan juga tidak bisa di tutup kembali setelah dibuka, sehingga isi di dalam kemasan tidak bisa bertahan lama. Selain itu bentuk label saat ini masih kurang menarik karena bagian belakang terlihat kosong atau putih polos, selain itu tidak ada keterangan berat isi, belum tercantum tanggal kadaluarsa (*Expired*) produk dan informasi lainnya tentang produk yang dianggap mampu mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk keripik pisang. Hal tersebut didasarkan pada hasil penelitian yang menyatakan 77,5% dari responden ingin atau perlu dilakukan desain ulang kemasan.

## II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

### A. *Tinjauan Pustaka*

Setelah melakukan kajian dari beberapa penelitian, ada beberapa peneliti terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti pertama yaitu (Ceicalia Tesavrita, Dedy Suryadi , Yoan Brachmantiyoko, 2012) dengan judul “Perancangan Ulang Kemasan Produk Sampo Dengan Mempertimbangkan Emosi Konsumen Berdasarkan Metode *Kansei Engineering*” dari hasil penelitian didapat 11 kata-kata *Kansei* yang menggambarkan emosi konsumen saat memilih sampo anti ketombe. Terdapat tiga faktor yang berpengaruh terhadap kemasan produk sampo. Dilakukan perancangan ulang pada kemasan sampo Rejoice Anti Ketombe dikarenakan sampel ini memiliki penilaian emosi paling kecil [19]

Penelitian yang dilakukan oleh (Drs. Syamsudin, MM, Drs. M. Farid Wajdi, MM., PhD, Aflit Nuryulia Praswati, SE., MM, 2015) yang berjudul “Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa Di Desa Wisata Organik Sukorejo Sragen”.

Dari penelitian ini didapat desain kemasan yang baik tetapi masih terhambat karena adanya keterbatasan biaya dari KUB Sukarasa. Kendala keuangan ini membuat desain kemasan yang sebaiknya di sablon, sementara ini menggunakan stiker [5].

Penelitian yang dilakukan oleh (Alifta Dicasani dan Hari Purnomo, 2016) yang berjudul “Desain Kemasan Bahan Dapur Berbentuk Serbuk Dengan Menggunakan Pendekatan *Kansei Engineering*”. Dari penelitian ini didapat kemasan yang terdiri dari 2 konsep yaitu (1) kemasan ilustratif, yang mewakili kata kansei menarik, jelas, bersih dan sederhana dan (2) keamanan kemasan, yang mewakili kata kansei awet, mudah digunakan dan rapat. Pada desain kemasan ini terdapat inovasi berupa penakar pada bagian tutup kemasan sehingga pada saat penggunaan akan lebih memudahkan dalam mengatur jumlah bumbu dapur yang akan digunakan [4].

Penelitian yang dilakukan oleh (Susatyo Nugroho, W. Darminto Pujotom, M. Mujiya Ulkhaq, dan Dedy Teguh Permadi, 2017) yang berjudul “Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan Pada Umkm *Center* Jawa Tengah Dengan Metode *Kansei Engineering*”. Dari penelitian ini didapat kemasan dengan bentuk silinder yang memiliki tinggi 27.5cm, tinggi 17cm, dan tebal 7cm. Material pembentuk kemasan berupa plastik dengan penutup yang diikat. Warna utama transparan dengan total warna dua. Ukuran merek/logo kecil dan berada dibagian bawah kemasan [14].

Penelitian yang dilakukan (Agam Surya Rizaldi, 2017) yang berjudul “Redesign Kemasan Produk *Egg Roll* Diva *Cookies* Bojonegoro Menggunakan Metode *Kansai Engineering* dan *Value Engineering*”. Dari penelitian ini didapat kemasan konsep desain B atau konsep desain kemasan dengan jari-jari segienam Dengan spesifikasi ukuran kemasan sisi alas = 6 cm dan tinggi = 16 cm sehingga diketahui volume kemasan sebesar 1496,5 cm<sup>3</sup> sedangkan isi produk diketahui berdiameter 1 cm, tinggi 15 cm, memiliki isi sebanyak 40 buah dan berbentuk tabung memiliki volume 471 cm<sup>3</sup> dengan berat bersih produk 150 gram. Sehingga desain kemasan terpilih bisa menampung volume atau isi dari produk egg roll dengan ukuran dan jumlah tersebut [15].

Penelitian yang dilakukan oleh (Catur Endah Sulistiyoningrim, dan Muhammad Iqbal Sabit, 2018) dengan judul “Perancangan Spesifikasi Desain Kemasan Sambal Instan Khas Indonesia Menggunakan *Kansei Engineering* Dan Analisis Faktor”. Penelitian ini didapat kemasan yang terdapat lima kelompok faktor dalam penentuan spesifikasi desain antara lain desain kemasan, standar kemasan, kemasan fungsional, informasi pendukung, dan material kemasan dan logo [18].

## B. *Landasan Teori*

### 1. **Desain Kemasan**

desain kemasn adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, warna, citra, material, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi pada suatu produk agar produk dapat dipasarkan [7]. Desain kemasan berlaku untuk membungkus, melindungi, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Pada akhirnya, desain kemasan berlaku sebagai pemasaran produk dengan mengkomunikasikan kepribadian dan fungsi produk konsumsi. Dalam pemasaran yang rumit, desain kemasan menggunakan banyak sarana untuk menangani masalah tersebut. Produk baru yang dibuat harus mampu menterjemahkan keinginan konsumen menjadi desain yang menarik [16].

### 2. **Kemasan**

Kemasan melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk [9]. Pada dasarnya, fungsi utama kemasan adalah menyimpan dan melindungi produk. Namun saat ini ada banyak faktor yang membuat kemasan menjadi sarana pemasaran yang sangat penting. Kompetisi dan kerumunan yang emakin padat di rak-rak toko berarti bahwa kemasan sekarang haruslah melakukan banyak tugas penjualan mulai dari menarik perhatian pelanggan, menggambarkan isi produk hingga membuat penjualan meningkat. Kemasan yang menarik sangat berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli [1].

### 3. **Variabel Kemasan**

Menurut Nillson & Ostrom (2005) [13] dalam Cahyorini & Rusfian (2011) [2], variabel desain kemasan terdiri dari 3 dimensi, yaitu: desain grafis, struktur desain, dan informasi produk.

#### A. **Desain Grafis**

Desain grafis adalah dekorasi visual pada permukaan kemasan, dan terdiri dari empat subdimensi, yaitu: nama merek, warna, tipografi, dan gambar.

e. Nama Merek

Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan merek (brand) sebagai nama, istilah, tanda, simbol, atau rancangan, atau kombinasi dari semuanya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasinya dari barang atau jasa dari satu penjual/kelompok penjual dan mendiferensiasikan dari para pesaing [8].

f. Warna

Literatur pemasaran mengungkapkan bahwa warna kemasan memiliki kemampuan untuk membangkitkan perasaan, perilaku emosi pada konsumen yang berbeda [10]. Warna memiliki potensi untuk menciptakan kesan yang mendalam dan tahan lama serta citra produk atau merek. Dalam kemasan produk, pemasar menggunakan warna untuk menarik perhatian konsumen yang dapat menciptakan perasaan positif atau negatif tentang produk/brand tertentu. Warna kemasan mengkomunikasikan, menggambarkan, dan menampilkan fitur-fitur yang menyolok mata serta atribut intangibel dari sebuah merek [10]. Hal ini dengan demikian berarti bahwa warna membawa pesan khusus mengenai merek yang pada akhirnya menciptakan proposisi penjualan yang unik (*unique selling proposition*).

g. Tipografi

*Typography* (Tipografi) merupakan suatu ilmu dalam memilih dan menata huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia, untuk menciptakan kesan tertentu, sehingga dapat menolong pembaca untuk mendapatkan kenyamanan membaca semaksimal mungkin. Tipografi dapat juga dikatakan "*visual language*".

h. Gambar

Gambar (*image*) termasuk foto, ilustrasi, simbol/icon, dan karakter. Secara khusus gambar berfungsi pula untuk menarik perhatian, memperjelas sajian ide, mengilustrasikan /menghiasi fakta yang mungkin cepat akan dilupakan atau diabaikan tidak digambarkan [7].

## B. Struktur Desain

Struktur desain berkaitan dengan fitur-fitur fisik kemasan, dan terdiri dari 3 sub-dimensi: bentuk, ukuran, dan material.

d. Bentuk

Bentuk mempengaruhi proteksi dan fungsi keamanan dalam menyentuh, menuangkan, dan menyimpan (Smith, 1993). Sedangkan menurut Nilsson & Ostrom (2005) [13] dalam Cahyorini & Rusfian (2011) [2] menyatakan bahwa bentuk yang lebih sederhana lebih menarik dari pada yang biasanya, dan persegi panjang lebih banyak disukai dari pada kotak.

e. Ukuran

Ukuran adalah measurement yaitu cara menilai jumlah objek, waktu, atau situasi sesuai dengan aturan tertentu.

f. Material

Bahan kemasan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Sedangkan menurut bahan kemasan dapat membangkitkan emosi dan perasaan tertentu, biasanya tanpa orang tersebut menyadarinya (Shimp, 2000).

## C. Informasi Produk

Salah satu fungsi kemasan adalah untuk mengkomunikasikan produk melalui Informasi yang tertera. Informasi produk dapat membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian dengan lebih hati-hati [17]. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kemasan memiliki peranan cukup penting bagi suatu produk. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga secara tidak langsung menggambarkan jati diri produk itu sendiri. Dimensi-dimensi dari kemasan memiliki peran masing-masing untuk menghasilkan kemasan yang baik dan menarik, karena semakin menarik kemasan tersebut semakin menarik perhatian para konsumen.

## 4. *Kansei Engineering*

*Kansei Engineering* (KE) adalah metode untuk memastikan bahwa suatu produk atau jasa memenuhi tanggapan emosional yang diinginkan. *Kansei Engineering* (KE) merupakan konsep yang menerjemahkan perasaan dan kesan ke dalam parameter produk [12]. Proses ini memungkinkan untuk memodelkan perasaan/emosi pelanggan dan kemudian menerjemahkannya ke dalam parameter desain. Dalam bahasa Jepang, *kansei* berarti emosi. Emosi yang dimaksud tidak hanya dari segi pikiran, namun meliputi penglihatan, pendengaran, perasaan, bau, dan rasa. *Kansei Engineering* dianggap memiliki keunggulan terhadap metode lain yang serupa, karena metode ini memiliki kemampuan untuk menerjemahkan kebutuhan emosional konsumen ke dalam parameter desain yang layak melalui teknik-teknik tertentu.

**a. Pengolahan Data *Kansei Engineering* dari kuesioner**

Dari data yang diperoleh dari kuesioner akan direkap kemudian akan ditentukan kata-kata *kansei* untuk nantinya dijadikan kuesioner kata *kansei* atau *kansei word*. Kuesioner *kansei word* difungsikan untuk menentukan apa saja atribut kemasan yang akan dirancang dalam *redesign* kemasan dengan menerjemahkan perasaan atau citra konsumen terhadap spesifikasi desain.

**b. Pembuatan Kuesioner *semantic differencial***

Pembuatan kuesioner *semantic differencial* mempunyai tujuan merumuskan atribut – atribut spesifikasi desain dengan menampilkan negatif-positif *kansei word* agar dapat melihat spesifikasi kemasan seperti apa yang telah diterjemahkan dari perasaan atau citra konsumen untuk desain kemasan selanjutnya.

**c. Uji kecukupan data**

Digunakan untuk menguji dan mengetahui, apakah data hasil tingkat kepercayaan dan ketelitian telah memenuhi atau tidak. Syarat uji kecukupan data adalah apabila N' (hasil dari perhitungan) lebih kecil dari N(jumlah data yang ada). Dengan persamaan :

$$N' = \left[ \frac{\frac{k}{s} \sqrt{N \cdot \sum Xi^2 - (\sum Xi)^2}}{\sum Xi} \right]^2$$

Keterangan :

N' = Jumlah pengamatan yang seharusnya dilakukan

k = Tingkat kepercayaan dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99%, maka k=2,58 ≈ 3

Jika tingkat keyakinan 95%, maka k=1,96 ≈ 2

Jika tingkat keyakinan 68%, maka k ≈ 1

s = derajat ketelitian dalam pengamatan

Jika tingkat keyakinan 99% maka s=1%

Jika tingkat keyakinan 95% maka s=5% dst

N=jumlah pengamatan yang sudah dilakukan

xi = data pengamatan

**d. Uji Validitas dan Uji Realibitas**

Menggunakan *software* SPSS dengan signifikasi 0.05 serta derajat kebebasan (n-2), dimana n adalah jumlah kuesioner yang digunakan dalam uji kecukupan data.

c) Uji Validitas

dalam uji ini bertujuan untuk memperlihatkan, apakah *Kansei Word* yang diuji dalam kuesioner dapat menjelaskan gambaran dari kemasan, bernilai valid atau tidak untuk kedepannya bisa menjadi acuan dalam pembuata desain kemasan baru.

Hipotesis, H<sub>0</sub> = nilai variabel dan nilai faktor berhubungan valid.

H<sub>1</sub> = nilai variabel dan faktor tidak valid berhubungan.

H<sub>0</sub> diterima jika r kalkulasi ≥ r table dan H<sub>0</sub> ditolak jika r kalkulasi < r tabel.

d) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil dari variabel yang terpilih dapat dipercaya atau bisa dikatakan reliable

Hipotesis, H<sub>0</sub> = nilai variabel dan nilai faktor berhubungan reliable.

H<sub>1</sub> = nilai variabel dan faktor tidak reliable berhubungan

H<sub>0</sub> diterima jika r alpha ≥ r tabel dan H<sub>0</sub> ditolak jika r alpha < r table

**e. Analisa Vaktor**

Analisa faktor merupakan analisis yang mempunyai tujuan untuk menyederhanakan hubungan yang kompleks dalam hubungan yang beraneka ragam dalam beberapa variabel yang diteliti. Menyederhanakan data dilakukan dengan cara membuka faktor-faktor dari variabel-variabel yang tidak berhubungan dan sebagai hasilnya analisa faktor ini menghasilkan deskripsi hubungan antar variabel yang mendasari namun tidak teramati.

a) Tes nilai KMO ( Kaiser-meyer-olkin) dan bartless menggunakan SPSS.

Hipotesis, H<sub>0</sub> = *Kansei words* yang dapat dianalisa lanjut.

$H_1 =$  *Kansei words* yang tidak dapat dianalisa lanjut.

Area kritis,  $H_0$  diterima jika, nilai  $KMO > 0.05$

$H_1$  ditolak jika, nilai  $KMO < 0.05$

**f. Pembuatan Desain**

Perancangan desain dilakukan berdasarkan data atribut yang berpengaruh dalam kemasan diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan analisa faktor. Adapun untuk perancangan teknisnya menggunakan *software corel draw X7*.

**C. Hipotesa dan Kerangka Teoritis**

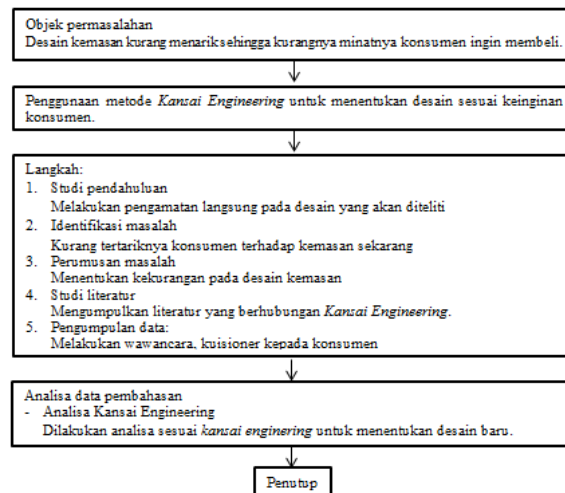
**1. Hipotesa**

Semakin banyaknya produsen keripik pisang membuat para produsen berlomba-lomba membuat olahan keripik pisang yang diproduksinya laku dipasaran. Dari hal tersebut para produsen keripik pisang membuat desain kemasan yang menarik agar para konsumen minat akan membeli. Selain desain yang menarik, informasi yang ada di dalam label kemasan juga mempengaruhi minat pembeli. Informasi yang sesuai dengan isi kemasan atau menggambarkan semua informasi apa saja yang ada di dalam kemasan juga akan membuat tingkat penjualan meningkat.

Untuk mengetahui keinginan konsumen maka akan dilakukan pendekatan kepada konsumen dengan cara menyebar kuisisioner. Dari data yang diperoleh maka dilakukan perhitungan *Kansei Engineering* sehingga mendapat desain yang sesuai keinginan konsumen sehingga penjualan dapat meningkat.

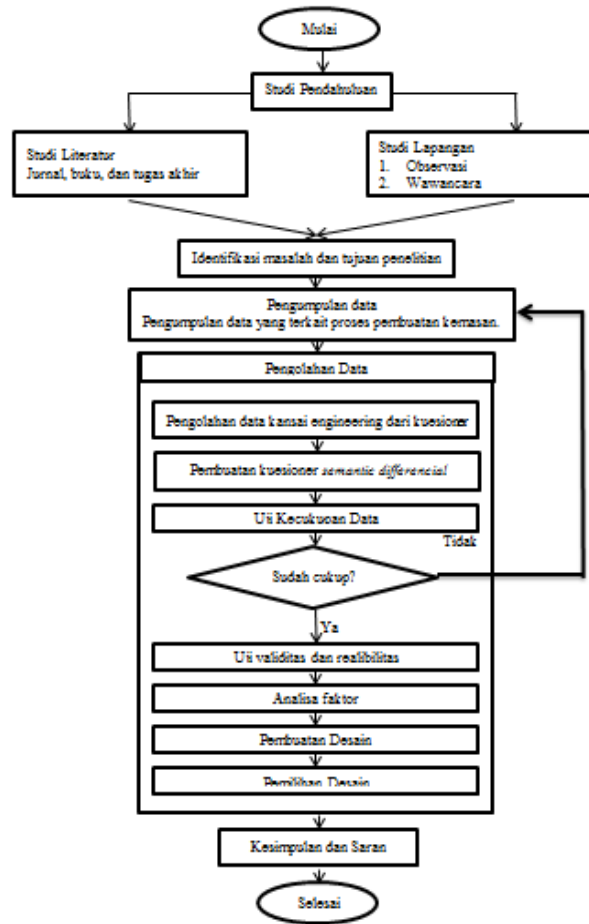
**2. Kerangka Teoritis**

Adapun kerangka teoritis dalam penelitian ini dapat dilihat pada bagan dibawah ini :



**Gambar 2.2** Kerangka Teoritis

### III. Metodologi Penelitian



Gambar 2.3 Flowchart Penelitian

### IV. Hasil dan Pembahasan

#### 1. Penentuan *Kansei Word*

Kata-kata *Kansei* merupakan ekspresi atau pendapat yang disampaikan oleh responden saat dilakukan proses wawancara. Responden diajukan pertanyaan tentang perubahan apa yang diinginkan responden pada desain kemasan dari produk kripik pisang susilo utomo. Penentuan *Kansei Word* didasarkan kepada citra dari kebutuhan atribut-atribut kemasan yang diperlihatkan. Selain itu penentuan *Kansei Word* pada responden didasarkan pada pengalaman dari konsumen yang pernah membeli ataupun mengetahui produk tersebut. Dari 40 responden didapat 14 kata kansai sebagai berikut:



**Tabel 4.3 Elemen Desain Sesuai *Kansei Word***

No	Kata <i>Kansei</i>
1	Ada Klipnya
2	Mudah Dibaca
3	Tercantum contact person
4	Berlogo Halal
5	Kemasan Tebal
6	Ada Merknnya
7	Kemasan Vertikal
8	Ada Kode Dinas Kesehatan
9	Ada Komposisinya
10	Warna Cerah
11	Tercantum Alamat Perusahaan
12	Isi Kemasan Rapi
13	Tercantum Kadaluarsa
14	Ada Berat Bersih

**2. Pembobotan *Kansei Words* Dengan Kuesioner *Semantic Differential***

Berdasarkan 14 *kansei word* yang didapat dari wawancara dengan responden, maka langkah selanjutnya adalah pembobotan dengan cara membuat kuesioner *Semantic Differential*. Berikut hasil rekap dari kuesioner *Semantic Differential*:

**Tabel 4.6 Hasil Rekap Kuesioner *Semantic Differential***

Responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	2
2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	2
3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
4	5	5	2	5	5	5	2	5	2	5	3	4	5	5
5	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	4	5
6	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3
7	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4
8	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
9	3	4	2	3	5	4	3	3	2	5	3	4	3	5
10	5	5	4	5	3	4	2	5	4	3	4	3	5	4
11	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	2
12	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
13	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4
14	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5
15	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5
16	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
17	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
19	3	5	3	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	5
20	5	5	4	5	3	4	3	5	4	3	5	4	5	4
21	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5
22	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5
23	5	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4
24	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	2
25	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	3	4	5
26	5	4	4	3	4	3	2	5	4	4	4	4	3	3
27	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2
28	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
29	3	5	4	3	5	4	3	3	3	5	4	4	3	2
30	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	3	3	5	4
31	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
32	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5
33	3	5	5	4	4	3	2	3	5	4	4	4	4	4
34	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5
35	2	4	5	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	5
36	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
37	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	3	3	2
38	5	4	2	4	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3
39	5	4	5	3	5	4	3	5	5	5	4	4	3	5
40	4	5	4	5	3	4	2	3	4	4	3	3	5	4
jumlah	162	173	158	156	164	160	134	161	155	163	148	155	158	152

Keterangan:

P1 : Ada Zipper / klip

P8 : Kode Dinas Kesehatan Tebal

- |                                    |                                       |
|------------------------------------|---------------------------------------|
| P2 : Tulisan Tebal (dibaaca jelas) | P9 : Tulisan Komposisi Tebal          |
| P3 : Tulisan contact person Tebal  | P10 : Warna Cerah                     |
| P4 : Logo Halal Besar              | P11 : Tulisan Alamat Perusahaan Tebal |
| P5 : Kemasan Tebal                 | P12 : Isi Kemasan Vertikal            |
| P6 : Tulisan Merk Besar            | P13 : Tulisan Kadaluarsa Tebal        |
| P7 : Kemasan Vertikal              | P14 : Tulisan Berat Bersih Tebal      |

### 3. Uji Kecukupan Data

langkah selanjutnya yaitu uji kecukupan data. Berdasarkan hasil rekap kuesioner sebanyak 40 responden sudah memenuhi syarat sampel yang diperlukan dalam penelitian.

$$N' = \left[ \frac{2/0,05 \sqrt{40 \cdot 122541 - (2199)^2}}{2199} \right]^2 = 21,846$$

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil sebesar 21,846. Maka dengan nilai tersebut menunjukkan nilai  $N' < N$ , jadi uji kecukupan data tersebut dapat disimpulkan sampel yang digunakan sudah cukup.

### 4. Uji Validitas

Dalam uji ini bertujuan untuk memperlihatkan apakah *Kansei Word* yang diuji dalam kuesioner dapat menjelaskan gambaran dari kemasan, bernilai valid atau tidak untuk kedepannya bisa menjadi acuan dalam pembuat desain kemasan baru. *Software* yang digunakan dalam pengujian ini adalah IBM SPSS Statistics 20 dengan  $\alpha=0.05$ ,  $df=n-2=40-2=38$ ,  $r_{tabel}=0.3120$ . Data dapat dikatakan valid apabila nilai  $r$  kalkulasi  $\geq r_{tabel}$ .

**Tabel 4.8** Hasil Uji Validitas

<i>Kansei Word</i>	Corrected item/Total Correlation	Keterangan
Tutup Ada Zipper nya	0.518	Valid
Tulisan Tebal (dibaaca jelas)	0.597	Valid
Tulisan contact person Tebal	0.693	Valid
Logo Halal Besar	0.678	Valid
Kemasan Tebal	0.506	Valid
Tulisan Merk Besar	0.623	Valid
Kemasan Vertikal	0.456	Valid
Kode Dimas Kesehatan Tebal	0.632	Valid
Tulisan Komposisi Tebal	0.727	Valid
Warna Cerah	0.497	Valid
Tulisan Alamat Perusahaan Tebal	0.555	Valid
Isi Kemasan Vertikal	0.392	Valid
Tulisan Kadaluarsa Tebal	0.654	Valid
Tulisan Berat Bersih Tebal	0.441	Valid

### 5. Uji Realibilitas

uji reliabilitas yang bertujuan untuk melihat sejauh mana hasil dari variabel yang terpilih dapat dipercaya atau bisa dikatakan reliable. Dengan menggunakan *software* IBM SPSS Statistics 20 dengan  $\alpha=0.05$ ,  $df=n-2=40-2=38$ ,  $r_{tabel}=0.3120$ . Untuk nilai  $r_{alpha}$  dapat dilihat dari kolom *Cronbach-Alpha*.

**Tabel 4.9** Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	14

## 6. Analisa Faktor

**Tabel 4.10** Hasil Uji KMO and Bartlett's Test

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.648
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	334.060
	df	91
	Sig.	.000

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy* > 0,5 dengan nilai sebesar 0,648. Maka hasil dari analisis faktor dapat dilanjutkan.

Perhitungan MSA

**Tabel 4.11** Hasil Uji MSA

Kansei Word	Nilai MSA	Keterangan
Tutup Ada Zipper nya	0.604	Layak
Tulisan Tebal (dibaca jelas)	0.716	Layak
Tulisan contact person Tebal	0.606	Layak
Logo Halal Besar	0.712	Layak
Kemasan Tebal	0.536	Layak
Tulisan Merk Besar	0.653	Layak
Kemasan Vertikal	0.813	Layak
Kode Dinas Kesehatan Tebal	0.638	Layak
Tulisan Komposisi Tebal	0.652	Layak
Warna Cerah	0.576	Layak
Tulisan Alamat Perusahaan Tebal	0.808	Layak
Isi Kemasan Vertikal	0.497	Tidak Layak
Tulisan Kadaluarsa Tebal	0.703	Layak
Tulisan Berat Bersih Tebal	0.630	Layak

Dari perhitungan Tes MSA diatas menunjukkan bahwa nilai yang ada dari masing-masing variabel >0,5, kecuali variabel “Isi Kemasan Vertikal” dengan nilai 0,497. Berdasarkan teori yang sudah ada jika ada variabel yang tidak layak atau memiliki nilai MSA < 0,5. Maka akan kembali dilakukan analisa faktor iterasi kedua.

Analisa Faktor ke 2

**Tabel 4.12** Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Kedua

<b>KMO and Bartlett's Test</b>		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.652
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	310.290
	df	78
	Sig.	.000

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa nilai Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy* > 0,5 dengan nilai sebesar 0,652.

Perhitungan MSA ke 2

**Tabel 4.13** Hasil Uji MSA Kedua

Kansei Word	Nilai MSA	Keterangan
Tutup Ada Zippernya	0.592	Layak
Tulisan Tebal (dibaca jelas)	0.800	Layak
Tulisan contact person Tebal	0.598	Layak
Logo Halal Besar	0.695	Layak
Kemasan Tebal	0.492	Tidak Layak
Tulisan Merk Besar	0.630	Layak
Kemasan Vertikal	0.666	Layak
Kode Dinas Kesehatan Tebal	0.643	Layak
Tulisan Komposisi Tebal	0.654	Layak
Warna Cerah	0.534	Layak
Tulisan Alamat Perusahaan Tebal	0.888	Layak
Tulisan Kadaluarsa Tebal	0.725	Layak
Tulisan Berat Bersih Tebal	0.725	Layak

Dari perhitungan Tes MSA diatas menunjukkan bahwa nilai yang ada dari masing-masing variabel >0,5, kecuali variabel “Kemasan Tebal” dengan nilai 0,492. Berdasarkan teori yang sudah ada jika ada variabel yang tidak layak atau memiliki nilai MSA < 0,5. Maka akan kembali dilakukan analisa faktor iterasi selanjutnya.

Analisa Faktor ke 3

Tabel 4.14 Hasil Uji KMO and Bartlett's Test Ketiga

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.678
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	268.572
	df	66
	Sig.	.000

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa nilai Kaiser-Meyer-Olkin *Measure of Sampling Adequacy* > 0,5 dengan nilai sebesar 0,678.

Perhitungan MSA ke 3

Tabel 4.15 Hasil Uji MSA Ketiga

Kansei Word	Nilai MSA	Keterangan
Tutup Ada Zipper nya	0.600	Layak
Tulisan Tebal (dibaca jelas)	0.787	Layak
Tulisan contact person Tebal	0.649	Layak
Logo Halal Besar	0.700	Layak
Tulisan Merk Besar	0.682	Layak
Kemasan Vertikal	0.524	Layak
Kode Dinas Kesehatan Tebal	0.641	Layak
Tulisan Komposisi Tebal	0.677	Layak
Warna Cerah	0.532	Layak
Tulisan Alamat Perusahaan Tebal	0.880	Layak
Tulisan Kadaluarsa Tebal	0.715	Layak
Tulisan Berat Bersih Tebal	0.671	Layak

Hasil perhitungan MSA diatas menunjukkan bahwa nilai masing-masing variabel > 0,5. Berdasarkan teori yang sudah ada jika variabel yang layak untuk dianalisis adalah variabel yang memiliki nilai MSA > 0,5. Maka dari ke-12 variabel dinyatakan layak dan dapat ditambahkan kedalam kebutuhan atribut kemasan untuk keperluan *redesign* kemasan keripik pisang yang baru.

### 7. Konsep Desain Kemasan

Desain A dengan warna merah dan putih



Desain B dengan warna merah dan kuning



Pemilihan Desain

Pada pemilihan konsep dengan memberikan bobot terhadap atribut kemasan yang terdapat pada masing – masing desain. Dengan membuat kuesioner yang ditujukan kepada para responden untuk diperolehnya bobot pada atribut agar nantinya dapat diketahui desain kemasan mana yang akan terpilih berdasarkan implementasi citra konsumen yang telah diterapkan di kemasan yang baru.

No	Atribut	weight (%)	Konsep Pemilihan Desain			
			A		B	
			Rating	Weighted Score	Rating	Weighted Score
P1	Tutup Ada Zipper / Klip nya	8.1	3.55	0.29	3.75	0.31
P2	Tulisan Tebal (dibaca jelas)	8.8	3.83	0.34	4.10	0.36
P3	Tulisan contact person Tebal	7.9	3.85	0.31	3.30	0.26
P4	Logo Halal Besar	8.8	4.03	0.35	3.83	0.34
P5	Warna Cerah	8.2	3.78	0.31	3.55	0.29
P6	Tulisan Merk Besar	7.9	3.53	0.28	3.53	0.28
P7	Kemasan Vertikal	9.0	4.03	0.36	4.05	0.37
P8	Kode Dinas Kesehatan Tebal	8.4	3.88	0.33	3.70	0.31
P9	Tulisan Komposisi Tebal	7.9	3.45	0.27	3.63	0.29
P10	Tulisan Alamat Perusahaan Tebal	8.4	3.70	0.31	3.83	0.32
P11	Tulisan Kadaluarsa Tebal	8.6	3.78	0.33	3.98	0.34
P12	Tulisan Berat Bersih Tebal	8.1	3.85	0.31	3.40	0.27
Total Score			3.78		3.73	
Rangking			1		2	
Continue			Terpilih		Tidak Terpilih	

Dalam seleksi konsep diatas diperoleh luaran berupa konsep desain terpilih dengan melihat nilai total score terbesar. Nilai total score diperoleh dari hasil kali antara persentase weight dengan rating pada masing-masing konsep desain. Desain A dengan total score 3,78 kemudian pada desain B mempunyai total score 3,73. Maka dari hasil total score terbesar terpilih konsep desain A (desain kemasan dengan warna merah dan putih) dengan total score sebesar 3,78.

8. Perbandingan harga

Label 4.15 Biaya Pembuatan Kemasan

Keterangan	Kemasan Saat Ini	Usulan Kemasan Baru
	Plastik PP Polos 29cm x 20cm	Standing Pouch Polos 26cm x 14cm
Harga Bahan	Rp. 400 /pcs	Rp. 600 /pcs
Biaya Desain	Rp. 900 /pcs	Rp. 1.000 /pcs
Cetak Label	Rp. 120 /pcs	Rp. 1.500 /pcs
Total	Rp. 1.420 /pcs	Rp. 3.100 /pcs

Berdasarkan uraian diatas diketahui untuk penggunaan plastik PP Polos 20cm x 29cm mengeluarkan biaya Rp. 1.420, sedangkan untuk penggunaan Standing Pouch Polos 14cm x 26cm mengeluarkan biaya Rp. 3.100.

V. Kesimpulan

Berikut merupakan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian dan pembahasan :

- Metode kansei engineering merupakan konsep yang menerjemahkan perasaan atau keinginan konsumen yang menjadikan ciri khas pada metode ini. Pada penelitian ini didapat 14 kata kansei atau kansei word yang didapat dari kuesioner pertama yang diberikan kepada responden, diantaranya adalah ada klipnya, mudah dibaca, tercantum contact person, berlogo halal, kemasan tebal, ada merknya, kemasan vertikal, ada kode dinas kesehatan, ada komposisinya, warna cerah, tercantum alamat perusahaan, isi kemasan rapi, tercantum kadaluarsa, ada berat bersih.

4. Dari hasil kuesioner pertama sampai perhitungan dan di hasilkan output akhir atribut kemasan berdasarkan citra konsumen seperti, ada klipnya, mudah dibaca, tercantum *contact person*, berlogo halal, ada merknya, kemasan vertikal, ada kode dinas kesehatan, ada komposisinya, warna cerah, tercantum alamat perusahaan, tercantum kadaluarsa, ada berat bersih. Dengan penilaian bobot atribut oleh 40 responden melalui pengisian kuesioner dan melalui seleksi konsep desain maka terpilihlah konsep desain kemasan warna merah dan putih dengan label besar ukuran 24cm x 16cm yang memerlukan biaya Rp. 3.100. yang sebelumnya memakai plastik pp polos ukuran 29cm x 20cm dengan label kecil yang memerlukan biaya Rp 1.420.

## PUSTAKA

### Artikel Jurnal

- [1] Akrom, M., C., 2013 Pengaruh kemasan, harga dan promosi terhadap proses keputusan pembelian konsumen kripik paru UMKM Sukorejo Kendal. Universitas Negeri Semarang.
- [2] Cahyorini, & Rusfian. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*, 11-21.
- [3] Desmet., 2002, 'Designing Emotion', *International Journal of Design*.
- [4] Dicasani, A., & Hari Purnomo, H. (2016). Desain Kemasan Bahan Dapur Berbentuk Serbuk. *Desain Kemasan Bahan Dapur Berbentuk Serbuk dengan Menggunakan Pendekatan*, 22, 400-408.
- [5] Drs. Syamsudin, MM, Drs. M. Farid Wajdi, MM., PhD, & Aflit Nuryulia Praswati, SE., MM. (2015). Desain Kemasan Makanan Kub Sukarasa. *Desain Kemasan Makanan*, 19., 181-188.
- [6] Kartajaya., 1996, *Marketing Plus 2000 Siasat Memenangkan Persaingan Global*, PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Klimchuck, M., & Krasovec, S. (2007). Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan. Jakarta: Erlangga.
- [8] Kotler, Keller, (2012:27). *Manajemen Pemasaran Edisi ketigabelas jilid 1 dan 2 dialihbahasakan oleh Bob Sabran*, Jakarta: Erlangga
- [9] Kotler, Philip Gary Armstrong, (2008) *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- [10] Mustikiwa, M., & Marumbwa, J. (2013). The Impact of Aesthetic Package Design Elements on Consumer Purchase Intention: A Case of Locally Produced Dairy Products in Southern Zimbabwe. *IOSR Journal of Business and Management*, 8(5), 64-71.
- [11] Nagamachi., 2002. M. *Kansei Engineering as a powerful consumer - oriented technology for product development*. *Applied Ergonomics*. 33, p. 289-294.
- [12] Nagamachi., 2010. *Perspective And The New Trend Of Kansai / Affective Engineering*. *The TMQ Journal*, 20(4), 290-298.
- [13] Nilsson, Johan & Ostrom, Tobias. (2005). Packaging as a Brand Communication Vehicle. Thesis of Lulea University of Technology.
- [14] Nugroho, S., Pujotom, W. D., Ulkhaq, M. M., & Permadi, D. T. (2017). Redesain Kemasan Makanan Ringan Olahan. *Perfoma*, 16(1), 77-86.
- [16] Schutte, S., 2002. *Designing feeling into products integrating Kansei Engineering methodology in product development*. Sweden: Linkoping University.
- [17] Silayoi, P., & Speece, M. (2005). The Importance of Packaging Attributes: A Conjoint Analysis Approach. *European Journal of Marketing*, 41, 1495-1517.
- [20] Tjiptono, F., 2002. Strategi pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.

### Skripsi/Tugas Akhir

- [15] Rizaldi, A. S. *Redesign Kemasan Produk Egg Roll Diva Cookies Bojonegoro Menggunakan Metode Kansai Engineering dan Value Engineering*. Semarang, 2017.

### Prosiding Seminar

- [18] Sulistiyoningrim, C. E., & Sabit, M. I. Perancangan Spesifikasi Desain Kemasan Sambal Instan Khas Indonesia Menggunakan *Kansei Engineering* Dan Analisis Faktor. *Seminar Nasional IENACO*, 2337-4349.
- [19] Tesavrita, C., Suryadi, D., & Brachmantiyoko, Y. Perancangan Ulang Kemasan Produk Sampo Dengan Mempertimbangkan Emosi Konsumen Berdasarkan Metode *Kansei Engineering*. *Seminar Nasional Ergonomi dan Kongres Nasional PEI*.

Semarang, September 2019  
Menyetujui  
Dosen Pembimbing I

**Ir. Eli Mas'idah, M.T**

Dosen Pembimbing II

**Brav Deva Bernadi, S.T.,M.T**

re-design kemasan keripik pisang menggunakan metode kansei engineering (studi kasus: UPPKS Susilo Utomo)

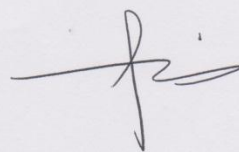
ORIGINALITY REPORT

<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>media.neliti.com</b> Internet Source	<b>5%</b>
<b>2</b>	<b>eprints.uns.ac.id</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>3</b>	<b>eprints.ums.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>jurnal.uns.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>

Exclude quotes  Off      Exclude matches  < 2%  
Exclude bibliography  Off





**Correlations**

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	JML
A	Pearson Correlation	1	.257	.159	.453**	.080	.160	.116	.777**	.293	-.050	.211	.185	.406**	.147	.518**
	Sig. (2-tailed)		.110	.328	.003	.624	.323	.475	.000	.066	.761	.192	.253	.009	.367	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
B	Pearson Correlation	.257	1	.373*	.623**	.259	.349*	.063	.187	.419**	.162	.279	.088	.632**	.223	.597**
	Sig. (2-tailed)	.110		.018	.000	.106	.027	.697	.247	.007	.318	.081	.590	.000	.167	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
C	Pearson Correlation	.159	.373*	1	.386*	.150	.452**	.275	.365*	.914**	.353*	.421**	.096	.353*	.057	.693**
	Sig. (2-tailed)	.328	.018		.014	.355	.003	.085	.021	.000	.026	.007	.554	.025	.727	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
D	Pearson Correlation	.453**	.623**	.386*	1	.020	.553**	.016	.476**	.456**	.015	.253	.125	.915**	.225	.678**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.014		.901	.000	.921	.002	.003	.927	.116	.442	.000	.163	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
E	Pearson Correlation	.080	.259	.150	.020	1	.369*	.470**	.090	.128	.728**	.169	.475**	.009	.243	.506**
	Sig. (2-tailed)	.624	.106	.355	.901		.019	.002	.583	.433	.000	.299	.002	.955	.130	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

F	Pearson Correlation	.160	.349 <sup>*</sup>	.452 <sup>**</sup>	.553 <sup>**</sup>	.369 <sup>*</sup>	1	.110	.298	.362 <sup>*</sup>	.358 <sup>*</sup>	.238	.000	.418 <sup>**</sup>	.310	.623 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.323	.027	.003	.000	.019		.500	.062	.022	.023	.139	1.000	.007	.051	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
G	Pearson Correlation	.116	.063	.275	.016	.470 <sup>**</sup>	.110	1	.099	.282	.352 <sup>*</sup>	.176	.467 <sup>**</sup>	.062	.094	.456 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.475	.697	.085	.921	.002	.500		.543	.078	.026	.279	.002	.702	.563	.003
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
H	Pearson Correlation	.777 <sup>**</sup>	.187	.365 <sup>*</sup>	.476 <sup>**</sup>	.090	.298	.099	1	.442 <sup>**</sup>	.180	.355 <sup>*</sup>	.098	.429 <sup>**</sup>	.236	.632 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.247	.021	.002	.583	.062	.543		.004	.267	.025	.547	.006	.142	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
I	Pearson Correlation	.293	.419 <sup>**</sup>	.914 <sup>**</sup>	.456 <sup>**</sup>	.128	.362 <sup>*</sup>	.282	.442 <sup>**</sup>	1	.226	.395 <sup>*</sup>	.192	.421 <sup>**</sup>	.089	.727 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.066	.007	.000	.003	.433	.022	.078	.004		.161	.012	.235	.007	.584	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
J	Pearson Correlation	-.050	.162	.353 <sup>*</sup>	.015	.728 <sup>**</sup>	.358 <sup>*</sup>	.352 <sup>*</sup>	.180	.226	1	.251	.261	.007	.200	.497 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.761	.318	.026	.927	.000	.023	.026	.267	.161		.119	.103	.967	.216	.001
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
K	Pearson Correlation	.211	.279	.421 <sup>**</sup>	.253	.169	.238	.176	.355 <sup>*</sup>	.395 <sup>*</sup>	.251	1	.181	.258	.277	.555 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.192	.081	.007	.116	.299	.139	.279	.025	.012	.119		.264	.109	.084	.000

	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	
L	Pearson Correlation	.185	.088	.096	.125	.475**	.000	.467**	.098	.192	.261	.181	1	.215	-.061	.392*
	Sig. (2-tailed)	.253	.590	.554	.442	.002	1.000	.002	.547	.235	.103	.264		.182	.708	.012
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
M	Pearson Correlation	.406**	.632**	.353*	.915**	.009	.418**	.062	.429**	.421**	.007	.258	.215	1	.215	.654**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.025	.000	.955	.007	.702	.006	.007	.967	.109	.182		.183	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
N	Pearson Correlation	.147	.223	.057	.225	.243	.310	.094	.236	.089	.200	.277	-.061	.215	1	.441**
	Sig. (2-tailed)	.367	.167	.727	.163	.130	.051	.563	.142	.584	.216	.084	.708	.183		.004
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
JML	Pearson Correlation	.518**	.597**	.693**	.678**	.506**	.623**	.456**	.632**	.727**	.497**	.555**	.392*	.654**	.441**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.001	.000	.003	.000	.000	.001	.000	.012	.000	.004	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	14

KMO 1

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.648
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	334.060
	df
	91
	Sig.
	.000

MSA 1

**Anti-image Matrices**

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Anti-image	A	.275	-.062	.010	-.023	-.041	.028	-.044	-.196	.001	.097	.027	-.037	.023	.026
Covariance	B	-.062	.377	-.004	-.029	-.112	.077	.075	.099	-.025	.011	-.084	.134	-.060	-.006
	C	.010	-.004	.096	.017	.032	-.068	-.030	.008	-.090	-.062	-.051	.039	-.013	.063
	D	-.023	-.029	.017	.104	.018	-.096	.016	-.004	-.019	-.003	.006	.009	-.090	.020
	E	-.041	-.112	.032	.018	.218	-.118	-.088	.022	-.015	-.162	.032	-.137	.025	-.053
	F	.028	.077	-.068	-.096	-.118	.362	.039	-.007	.050	.035	.007	.082	.038	-.080
	G	-.044	.075	-.030	.016	-.088	.039	.619	.039	-.004	.009	.000	-.106	-.023	-.061
	H	-.196	.099	.008	-.004	.022	-.007	.039	.234	-.027	-.091	-.075	.051	-.022	-.037
	I	.001	-.025	-.090	-.019	-.015	.050	-.004	-.027	.106	.052	.030	-.051	.017	-.044

	J	.097	.011	-.062	-.003	-.162	.035	.009	-.091	.052	.297	-.008	.012	.002	-.011
	K	.027	-.084	-.051	.006	.032	.007	.000	-.075	.030	-.008	.679	-.116	.012	-.176
	L	-.037	.134	.039	.009	-.137	.082	-.106	.051	-.051	.012	-.116	.449	-.073	.151
	M	.023	-.060	-.013	-.090	.025	.038	-.023	-.022	.017	.002	.012	-.073	.125	-.039
	N	.026	-.006	.063	.020	-.053	-.080	-.061	-.037	-.044	-.011	-.176	.151	-.039	.713
Anti-image Correlation	A	.604 <sup>a</sup>	-.192	.060	-.134	-.167	.089	-.105	-.773	.007	.340	.063	-.105	.126	.059
	B	-.192	.716 <sup>a</sup>	-.022	-.145	-.391	.209	.156	.334	-.125	.032	-.167	.326	-.276	-.012
	C	.060	-.022	.606 <sup>a</sup>	.170	.223	-.363	-.124	.054	-.894	-.370	-.201	.187	-.118	.241
	D	-.134	-.145	.170	.712 <sup>a</sup>	.123	-.495	.063	-.023	-.184	-.015	.022	.043	-.787	.073
	E	-.167	-.391	.223	.123	.536 <sup>a</sup>	-.422	-.238	.097	-.100	-.636	.083	-.438	.149	-.134
	F	.089	.209	-.363	-.495	-.422	.653 <sup>a</sup>	.082	-.024	.254	.108	.013	.204	.179	-.157
	G	-.105	.156	-.124	.063	-.238	.082	.813 <sup>a</sup>	.101	-.016	.021	.000	-.201	-.081	-.091
	H	-.773	.334	.054	-.023	.097	-.024	.101	.638 <sup>a</sup>	-.174	-.346	-.188	.158	-.128	-.091
	I	.007	-.125	-.894	-.184	-.100	.254	-.016	-.174	.652 <sup>a</sup>	.292	.112	-.232	.152	-.159
	J	.340	.032	-.370	-.015	-.636	.108	.021	-.346	.292	.576 <sup>a</sup>	-.017	.032	.008	-.024
	K	.063	-.167	-.201	.022	.083	.013	.000	-.188	.112	-.017	.808 <sup>a</sup>	-.209	.042	-.253
	L	-.105	.326	.187	.043	-.438	.204	-.201	.158	-.232	.032	-.209	.497 <sup>a</sup>	-.308	.268
	M	.126	-.276	-.118	-.787	.149	.179	-.081	-.128	.152	.008	.042	-.308	.703 <sup>a</sup>	-.132
	N	.059	-.012	.241	.073	-.134	-.157	-.091	-.091	-.159	-.024	-.253	.268	-.132	.630 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

KMO 2

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.652
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	310.290
	df
	78
	Sig.
	.000

MSA 2

**Anti-image Matrices**

		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	M	N
Anti-image Covariance	A	.278	-.058	.014	-.022	-.065	.037	-.055	-.199	-.003	.100	.019	.019	.042
	B	-.058	.422	-.018	-.035	-.098	.062	.125	.097	-.012	.008	-.058	-.047	-.062
	C	.014	-.018	.099	.017	.056	-.081	-.023	.004	-.094	-.066	-.045	-.008	.056
	D	-.022	-.035	.017	.104	.026	-.102	.019	-.005	-.019	-.003	.009	-.098	.018
	E	-.065	-.098	.056	.026	.270	-.120	-.154	.048	-.040	-.196	-.004	.003	-.009
	F	.037	.062	-.081	-.102	-.120	.378	.063	-.018	.065	.035	.030	.059	-.121
	G	-.055	.125	-.023	.019	-.154	.063	.645	.054	-.018	.012	-.029	-.046	-.028
	H	-.199	.097	.004	-.005	.048	-.018	.054	.240	-.023	-.095	-.066	-.015	-.060
	I	-.003	-.012	-.094	-.019	-.040	.065	-.018	-.023	.112	.056	.019	.011	-.030
	J	.100	.008	-.066	-.003	-.196	.035	.012	-.095	.056	.298	-.005	.004	-.016

	K	.019	-.058	-.045	.009	-.004	.030	-.029	-.066	.019	-.005	.711	-.008	-.154
	M	.019	-.047	-.008	-.098	.003	.059	-.046	-.015	.011	.004	-.008	.138	-.017
	N	.042	-.062	.056	.018	-.009	-.121	-.028	-.060	-.030	-.016	-.154	-.017	.768
Anti-image Correlation	A	.592 <sup>a</sup>	-.168	.081	-.130	-.238	.113	-.130	-.770	-.018	.346	.042	.099	.090
	B	-.168	.800 <sup>a</sup>	-.089	-.168	-.292	.154	.239	.303	-.053	.023	-.106	-.195	-.109
	C	.081	-.089	.598 <sup>a</sup>	.165	.345	-.417	-.090	.025	-.890	-.383	-.168	-.065	.202
	D	-.130	-.168	.165	.695 <sup>a</sup>	.158	-.515	.074	-.031	-.179	-.017	.032	-.814	.064
	E	-.238	-.292	.345	.158	.492 <sup>a</sup>	-.377	-.370	.187	-.231	-.692	-.010	.016	-.019
	F	.113	.154	-.417	-.515	-.377	.630 <sup>a</sup>	.129	-.058	.316	.104	.058	.259	-.225
	G	-.130	.239	-.090	.074	-.370	.129	.666 <sup>a</sup>	.138	-.066	.028	-.043	-.154	-.040
	H	-.770	.303	.025	-.031	.187	-.058	.138	.643 <sup>a</sup>	-.143	-.356	-.160	-.084	-.140
	I	-.018	-.053	-.890	-.179	-.231	.316	-.066	-.143	.654 <sup>a</sup>	.308	.067	.087	-.103
	J	.346	.023	-.383	-.017	-.692	.104	.028	-.356	.308	.534 <sup>a</sup>	-.011	.019	-.034
	K	.042	-.106	-.168	.032	-.010	.058	-.043	-.160	.067	-.011	.888 <sup>a</sup>	-.024	-.209
	M	.099	-.195	-.065	-.814	.016	.259	-.154	-.084	.087	.019	-.024	.725 <sup>a</sup>	-.054
	N	.090	-.109	.202	.064	-.019	-.225	-.040	-.140	-.103	-.034	-.209	-.054	.725 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

KMO 3

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.678
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	268.572
	df
	66
	Sig.
	.000

MSA 3

**Anti-image Matrices**

	A	B	C	D	F	G	H	I	J	K	M	N	
Anti-image Covariance	A	.295	-.094	.033	-.017	.009	-.113	-.206	-.014	.106	.019	.021	.042
	B	-.094	.462	.003	-.029	.022	.087	.129	-.030	-.133	-.065	-.050	-.072
	C	.033	.003	.113	.013	-.074	.012	-.007	-.102	-.054	-.050	-.009	.065
	D	-.017	-.029	.013	.107	-.108	.041	-.010	-.017	.032	.009	-.101	.019
	F	.009	.022	-.074	-.108	.441	-.007	.005	.058	-.118	.033	.071	-.146
	G	-.113	.087	.012	.041	-.007	.748	.098	-.050	-.223	-.037	-.051	-.038
	H	-.206	.129	-.007	-.010	.005	.098	.249	-.018	-.121	-.068	-.016	-.061
	I	-.014	-.030	-.102	-.017	.058	-.050	-.018	.118	.055	.019	.012	-.033
	J	.106	-.133	-.054	.032	-.118	-.223	-.121	.055	.571	-.015	.012	-.043



	K	.019	-.065	-.050	.009	.033	-.037	-.068	.019	-.015	.711	-.008	-.154
	M	.021	-.050	-.009	-.101	.071	-.051	-.016	.012	.012	-.008	.139	-.017
	N	.042	-.072	.065	.019	-.146	-.038	-.061	-.033	-.043	-.154	-.017	.768
Anti-image Correlation	A	.600 <sup>a</sup>	-.255	.179	-.097	.026	-.241	-.761	-.077	.259	.041	.106	.088
	B	-.255	.787 <sup>a</sup>	.013	-.129	.050	.147	.381	-.130	-.259	-.114	-.199	-.120
	C	.179	.013	.649 <sup>a</sup>	.119	-.330	.043	-.043	-.887	-.212	-.176	-.075	.222
	D	-.097	-.129	.119	.700 <sup>a</sup>	-.498	.144	-.062	-.149	.129	.034	-.827	.068
	F	.026	.050	-.330	-.498	.682 <sup>a</sup>	-.013	.014	.254	-.236	.059	.287	-.250
	G	-.241	.147	.043	.144	-.013	.524 <sup>a</sup>	.227	-.168	-.341	-.051	-.159	-.050
	H	-.761	.381	-.043	-.062	.014	.227	.641 <sup>a</sup>	-.104	-.319	-.161	-.089	-.139
	I	-.077	-.130	-.887	-.149	.254	-.168	-.104	.677 <sup>a</sup>	.211	.067	.093	-.110
	J	.259	-.259	-.212	.129	-.236	-.341	-.319	.211	.532 <sup>a</sup>	-.024	.042	-.066
	K	.041	-.114	-.176	.034	.059	-.051	-.161	.067	-.024	.880 <sup>a</sup>	-.024	-.209
	M	.106	-.199	-.075	-.827	.287	-.159	-.089	.093	.042	-.024	.715 <sup>a</sup>	-.053
	N	.088	-.120	.222	.068	-.250	-.050	-.139	-.110	-.066	-.209	-.053	.671 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

## REKAP DESAIN A DAN DESAIN B

responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	jml
1	3.5	2.5	3.5	4	4	3	4.5	5	3	4	4.5	3	44.5
2	4	4	3.5	3.5	2.5	3	4.5	4	4	3.5	4.5	3.5	44.5
3	3.5	3.5	4	3.5	3.5	3.5	4	3.5	3	3	3.5	3	41.5
4	2.5	3.5	2.5	3.5	2	3.5	3	3	3	4	3.5	3.5	37.5
5	3.5	4	4	3	3.5	4	3.5	3	4	3.5	4.5	4	44.5
6	3	4	2	3	3.5	4	4	3.5	2	3.5	5	4	41.5
7	3.5	3	2.5	3.5	3.5	2	4.5	3.5	3.5	3.5	4	2.5	39.5
8	4.5	4	4	3.5	4.5	4	5	4.5	3	4	4.5	4.5	50
9	4	4.5	4.5	4.5	3.5	4.5	5	5	4	4	3.5	4.5	51.5
10	4	5	4	4	4	4	4	4.5	4.5	3.5	4.5	4.5	50.5
11	4	3	4	4	4.5	4.5	3.5	4	3	4	3.5	3.5	45.5
12	4.5	4.5	3.5	4.5	4.5	4.5	4	3.5	2	3.5	4	4.5	47.5
13	4	3.5	3.5	4.5	4	3.5	3	3.5	3	4	4.5	4	45
14	4	4	4	3.5	3	4	3.5	3.5	3.5	5	4	3.5	45.5
15	4	3.5	4	4	3	3	3.5	2.5	3	4	4.5	4	43
16	4.5	3.5	3.5	4	4	3.5	4	3	4	3.5	4.5	3	45
17	4.5	3.5	2	4.5	3	3	4	3	4.5	3.5	3.5	2.5	41.5
18	4	4.5	4	3.5	4	4	4	5	4	4.5	4	3.5	49
19	3.5	4	2.5	4.5	3.5	4	4	4	3	3.5	4.5	3.5	44.5
20	3.5	4.5	3.5	4.5	5	4	4	4	4	3	4	3.5	47.5
21	4	4.5	3	4	5	2.5	4	3	3.5	2.5	2.5	3	41.5
22	3.5	4.5	3.5	4.5	4	4	3.5	2.5	2.5	3.5	4.5	3.5	44
23	3	3.5	3	4	3.5	3	3.5	4.5	3	3.5	2.5	4.5	41.5
24	3.5	3.5	3.5	3	3	3	3.5	2.5	3	3.5	4	3.5	39.5
25	3	4.5	4	3.5	3	4	3.5	5	5	3.5	4	4.5	47.5
26	3	5	4	4	3.5	2	3.5	4.5	4.5	4	4.5	3	45.5
27	3.5	4	4.5	4.5	3.5	3.5	4.5	3	3.5	3.5	3.5	3	44.5
28	3	4.5	4.5	5	4.5	3	4.5	4	3.5	3.5	3.5	4	47.5
29	4	3.5	4.5	5	3	4	5	4.5	5	4	4.5	4	51
30	3.5	2.5	4.5	4	4.5	4.5	4	3	3.5	4	4	3.5	45.5
31	4	4.5	3.5	4	4	3	4	3	3.5	4	4.5	5	47
32	3.5	4	4	4	3.5	2	4	5	4.5	5	4	3.5	47
33	4	4.5	4	3	3.5	3	4.5	3.5	3	4	4	4	45
34	5	4	3.5	3.5	3.5	3.5	4	4.5	4.5	3.5	2.5	3.5	45.5
35	4	4.5	4	3.5	2.5	3	4	3	4	4.5	3.5	3	43.5
36	3.5	4.5	3	4	3	4	5	3	4	3.5	2.5	3	43
37	2.5	3.5	2.5	4	3	4.5	5	3.5	2.5	4	3	2.5	40.5
38	2.5	4	3.5	4	5	4	4	4.5	3.5	3.5	4	4.5	47
39	3.5	4.5	3.5	4	4	3	4	4.5	3.5	4	2	3	43.5
40	3	4	3.5	4	4	4	4	5	3.5	4	4.5	4	47.5

**KUESIONER PENELITIAN TUGAS AKHIR USULAN LABEL KEMASAN KRIPIK PISANG SUSILO  
UTOMO TANGKIS**

Terma kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Aji Saputro Widiyanto, Mahasiswa Universitas Sultan Agung Semarang jurusan Teknik Industri. Pada saat ini sedang melakukan penelitian tentang usulan label kemasan terhadap kemasan produk kripik pisang Susilo utomo tangkis. Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuesioner. Hasil survey ini semata mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

Identitas Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : ( ) Laki – laki ( ) Perempuan

Pekerjaan :

**I. KUESIONER PENENTUAN DESAIN BARU**

1. Apakah anda sering mengkonsumsi produk kripik pisang Susilo utomo?
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Dengan menggunakan desain kemasan yang ada saat ini, apakah produk yang diterima sesuai dengan harapan?
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Apakah perlu tidaknya dilakukan mendesain ulang kemasan produk kripik pisang Susilo utomo?
  - a. Perlu
  - b. Tidak
4. Jika anda menjawab perlu, perbaiki seperti apa yang anda inginkan pada kemasan produk kripik pisang Susilo utomo yang ada saat ini ?
  - a. \_\_\_\_\_
  - b. \_\_\_\_\_
  - c. \_\_\_\_\_
5. Apa kelemahan dari kemasan yang ada sekarang, bila ada sebutkan.
  - a. \_\_\_\_\_
  - b. \_\_\_\_\_
  - c. \_\_\_\_\_

## MENGUKUR TINGKAT KEPENTINGAN *KANSEI WORD LABEL* KEMASAN UNTUK KERIPIK PISANG SUSILO UTOMO

Terma kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Aji Saputro Widiyanto, Mahasiswa Universitas Sultan Agung Semarang jurusan Teknik Industri. Pada saat ini sedang melakukan penelitian tentang usulan label kemasan terhadap kemasan produk kripik pisang Susilo Utomo. Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuesioner. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

Kansei word adalah perasaan, kesan dan emosi yang dituangkan dalam bentuk kata-kata. Metode ini digunakan untuk menerjemahkan citra (image) konsumen atau perasaan konsumen menjadi komponen desain yang riil/nyata.

1. Pada kuisisioner ini anda akan menilai desain alternatif yang sudah dipilih dari kuisisioner sebelumnya dengan menggunakan kansei word yang ada pada tabel.

2. Cara mengisi kuisisioner

Pilihlah skala dengan melihat gambar/citra yang ditampilkan kemudian isi kuisisioner dengan memilih **SALAH SATU SKALA** antara 1 s/d 5 menggunakan tanda (√). Dimana skalanya yaitu:

Skala 1 : Jika tidak menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 2 : Jika cukup menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 3 : Jika netral dalam menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 4 : Jika menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

Skala 5 : Jika sangat menginginkan perubahan akan kemasan yang ada saat ini.

No	KATA NEGATIF	SKALA					KATA POSITIF
		1	2	3	4	5	
1	Tutup Tidak Ada Klipnya						Tutup Ada Klipnya
2	Tulisan Tipis (dibaca samar-samar)						Tulisan Tebal (dibaca jelas)
3	Tulisan Berat Bersih Tipis						Tulisan Berat Bersih Tebal
4	Logo Halal Kecil						Logo Halal Besar
5	Warna Gelap						Warna Cerah
6	Tulisan Merk kecil						Tulisan Merk Besar
7	Kemasan Horizontal						Kemasan Vertikal
8	Kode Dinas Kesehatan Tipis						Kode Dinas Kesehatan Tebal
9	Tulisan Komposisi Tipis						Tulisan Komposisi Tebal
10	Kemasan Tipis						Kemasan Tebal
11	Tulisan Alamat Perusahaan Tipis						Tulisan Alamat Perusahaan Tebal
12	Tulisan <i>contact person</i> Tipis						Tulisan <i>contact person</i> Tebal
13	Tulisan Kadaluarsa Tipis						Tulisan Kadaluarsa Tebal
14	Isi Kemasan Horizontal						Isi Kemasan Vertikal

**KUESIONER PEMILIHAN DESAIN KEMASAN BARU UNTUK KERIPIK  
PISANG  
SUSILO UTOMO**

Terma kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu peserta survey dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Nama saya Aji Saputro Widiyanto, Mahasiswa Universitas Sultan Agung Semarang jurusan Teknik Industri. Pada saat ini sedang melakukan penelitian tentang usulan label kemasan terhadap kemasan produk kripik pisang Susilo Utomo. Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuesioner ini. Saya menjamin kerahasiaan anda yang terkait dengan kuesioner. Hasil survey ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan bukan tujuan komersial.

3. Pada kuisisioner ini anda akan menilai desain baru yang sudah dibuat berdasarkan atribut atau kansei word yang sudah di dapat sebelumnya dan layak di pengujian yang diterapkan..

4. Cara mengisi kuisisioner

Pilihlah skala dengan melihat gambar/citra yang ditampilkan kemudian isi kuisisioner dengan memilih **SALAH SATU SKALA** antara 1 s/d 5. Dimana skalanya yaitu:

1 = Tidak sesuai	10%-20%	= Tidak Sesuai
2 = Kurang sesuai	20%-40%	= Kurang Sesuai
3 = Cukup sesuai	40%-60%	= Cukup Sesuai
4 = Sesuai	60%-80%	= Sesuai
5 = Sangat Sesuai	80%-100%	= Sangat Sesuai

No	Atribut	Rating (1 – 5)	
		Desain A	Desain B
P1	Tutup Ada Zipper nya		
P2	Tulisan Tebal (dibaaca jelas)		
P3	Tulisan contact person Tebal		
P4	Logo Halal Besar		
P5	Warna Cerah		
P6	Tulisan Merk Besar		
P7	Kemasan Vertikal		
P8	Kode Dinas Kesehatan Tebal		
P9	Tulisan Komposisi Tebal		
P10	Tulisan Alamat Perusahaan Tebal		
P11	Tulisan Kadaluarsa Tebal		
P12	Tulisan Berat Bersih Tebal		

DESAIN A

**Keripik Pisang  
Susilo Utomo**

Rasa ORIGINAL

Netto : 100g

DI PRODUKSI OLEH :  
KELOMPOK UPPKS  
TANGKIS - PANGKALAN - KARANGRAYUNG  
HP. 081325250548  
DINKES P-IRT 2153315050161

MAJELIS ULAMA  
INDONESIA  
1512010400214

# Susilo Utomo

## Komposisi :

Pisang Asli  
Garam  
Minyak Goreng  
dll

## Ingredients:

Real Bananas  
Salt  
Oil  
dll



Jagalah Kebersihan  
Buang Sampah  
Pada Tempatnya

Exp Date :

Bulan

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12

Tahun

2020 | 2021

## DESAIN B

**Susilo Utomo**

# Keripik Pisang

*Bikin nongkrong jadi seru!!!*



Rasa  
**ORIGINAL**



1512010400214

DI PRODUKSI OLEH :  
KELOMPOK UPPKS  
TANGKIS - PANGKALAN - KARANGRAYUNG  
HP. 081325250548  
DINKES P-IRT 2153315050161

**Netto : 100g**

Exp Date :  
Bulan  
1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12  
Tahun  
2020 | 2021





LEMBAR REVISI dan TUGAS UJIAN SARJANA


Berdasarkan Rapat Tim Penguji Ujian Sarjana

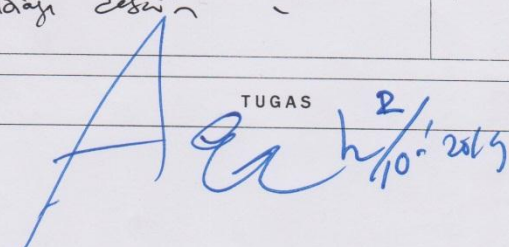
Hari : Kamis  
Tanggal : 26 September 2019  
Tempat : R.Seminar

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro Widiyanto  
NIM : 31601501063  
Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

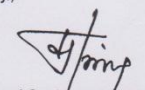
NO.	REVISI	BATAS REVISI
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Uji/Analisa faktor</li> <li>- Detail kemasan/gambar? ya dicantumkan</li> <li>- Usipaku yg detail dgn warna.</li> <li>- Biaya desain</li> </ul>	

NO.	TUGAS
	

Mengetahui,  
Ketua Tim Penguji

Ir.Irwan Sukendar,ST,MT,IPM  
NIDN 00-1001-7601

Semarang, 26 September 2019  
Penguji,

  
Akhmad Syakhroni,ST, M.Eng  
NIDN 06-1603-7601



## LEMBAR REVISI dan TUGAS UJIAN SARJANA

Berdasarkan Rapat Tim Penguji Ujian Sarjana

Hari : Kamis  
 Tanggal : 26 September 2019  
 Tempat : R.Seminar

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro Widiyanto  
 NIM : 31601501063  
 Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
1.	Kata kansei	Silahkan diperbaiki
2.	Penerapan Semantic differential → subyektif	12/10-2019
3.	A = 0,05 ?	
4.	Analisa faktor → ?	

NO.	TUGAS
5.	Warna

Mengetahui,  
 Ketua Tim Penguji

Ir. Irwan Sukendar, ST, MT, IPM  
 NIDN 00-1001-7601

Semarang, 26 September 2019  
 Penguji,

Ir. Irwan Sukendar, ST, MT, IPM  
 NIDN 00-1001-7601



## LEMBAR REVISI dan TUGAS UJIAN SARJANA

Berdasarkan Rapat Tim Penguji Ujian Sarjana

Hari : Kamis  
 Tanggal : 26 September 2019  
 Tempat : R.Seminar

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro Widiyanto  
 NIM : 31601501063  
 Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
1	Halaman judul blns Indonesia 1 saja, limit buku Bandung	ACC 30/9/19 
2	Pernyataan Persetujuan Publikasi Hk ada	
3	Abstrak & abstract 1 spasi, besar huruf 11	
4	Tinjauan pustaka landasan Teori. Pengulasan dulu, baru tabel	
5	Penggunaan pola (Kausi word diperbaiki lg)	
6	Stata Semantic Differential	
7	Harga kemasan dulu & atah, perbaiki	
NO.	TUGAS	

Mengetahui,  
 Ketua Tim Penguji  
  
Ir. Irwan Sukendar, ST, MT, IPM  
 NIDN 00-1001-7601

Semarang, 26 September 2019  
 Penguji,  
  
Muhammad Faisal Yul Zamrudi, ST, MIT, P.hD  
 NIDN 99 0600 4770



**LEMBAR REVISI SEMINAR  
 KEMAJUAN TUGAS AKHIR**

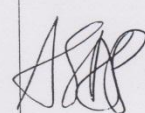
Berdasarkan Rapat Tim Penilai Seminar Progres Report Tugas Akhir

Hari : Rabu  
 Tanggal : 11 September 2019  
 Tempat : R.lab.TI

Memutuskan bahwa mahasiswa :

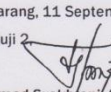
Nama : Aji Saputro Widiyanto  
 NIM : 31601501063  
 Bidang Minat : Teknik Industri  
 Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode  
 Kasei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

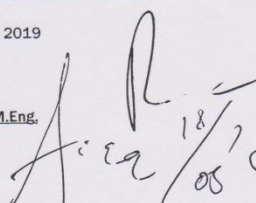
wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- latar belakang blm kuat ??</li> <li>- a. perasahan isb</li> <li>- perumus masalah</li> <li>- studi literatur</li> <li>- studi literatur ?</li> <li>- kegunaan produk di lapangan</li> <li>- masalah seminar &amp; studi buku petunjuk</li> <li>- biaya kemasan waga budget : 90RB &amp; 70 RB</li> </ul>	<p>su</p> 

Semarang, 11 September 2019

Penguji 2

  
 Akhmad Syakhrony, ST, M.Eng.  
 NIP / NIK : 06-1603-7601

  
 Aji Saputro Widiyanto



FAKULTAS TEKNOLOGI INDUS  
 Universitas Islam Sultan Agung (UNISSU)  
 Jl. Raya Kaligawe Km.4 Telp. 024-6583584 Psw. 340 Faks. 024-658  
 Semarang 50112 http://www.unissula.



**LEMBAR REVISI SEMINAR  
 KEMAJUAN TUGAS AKHIR**

Berdasarkan Rapat Tim Penilai Seminar Progres Report Tugas Akhir

Hari : Rabu  
 Tanggal : 11 September 2019  
 Tempat : R.lab.TI

Memutuskan bahwa mahasiswa :

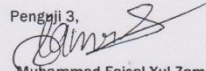
Nama : Aji Saputro Widiyanto  
 NIM : 31601501063  
 Bidang Minat : Teknik Industri  
 Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode  
 Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
1	Abstrak tdk ada	
2	Judul bkr lnggrs tdk ada	XCC
3	Ramus perhitungan dicantumkan	18/9/19

Semarang, 11 September 2019

Pengaji 3,

  
 Muhammad Faisal Yul Zamrudi, ST, MIT, P.hD  
 NIP / NIK : 99-0600-4770



**LEMBAR REVISI SEMINAR  
 KEMAJUAN TUGAS AKHIR**

Berdasarkan Rapat Tim Penilai Seminar Progres Report Tugas Akhir

Hari : Rabu  
 Tanggal : 11 September 2019  
 Tempat : R.Jab.TI

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro Widiyanto  
 NIM : 31601501063  
 Bidang Minat : Teknik Industri  
 Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode  
 Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
1.	Rumusan masalah	Sudah direvisi ke 19/9-2019.
2.	Cara presentasi	
3.	Cara penyajian kuisioner	
4.	Kuisioner "Kansei"	
5.	desain ?	
6.	bobot & rating ?	
7.	desain ?	

Semarang, 11 September 2019

Penguji 1,

**Ir. Irwan Sukendar, ST, MT, IPM**  
 NIP / NIDN : 00-1001-7601

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)  
Jl. Raya Kaligawe Km.4 Telp: 024-6583584 Psw. 340 Faks. 024-6582455  
Semarang 50112 http://www.unissula.ac.id



### LEMBAR REVISI SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR

Berdasarkan Rapat Tim Penilai Seminar Tugas Akhir

Hari : Selasa  
Tanggal : 30 Juli 2019  
Tempat : R.Lab.TI

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro  
NIM : 31601501063  
Bidang Minat : Teknik Industri  
Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
1.	Permasalahan → kemasan ? perusahaan	1/8-2019
2.	Responder ?	Suber direvisi
3.	Kansei Engineering ? → Value Engineering ?	
4.	Cara presentasi	
5.	Melubur prodde ?	
6.	Kemasan	

Semarang, 30 Juli 2019

Penilai 1,

Irwan Sukendar, ST, MT  
NIDN 00-1001-7601

FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA)  
Jl. Raya Kaligawe Km.4 Telp. 024-6583584 Psw. 340 Faks. 024-6582455  
Semarang 50112 http://www.unissula.ac.id



### LEMBAR REVISI SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR

Berdasarkan Rapat Tim Penilai Seminar Tugas Akhir

Hari : Selasa  
Tanggal : 30 Juli 2019  
Tempat : R.Lab.TI

Memutuskan bahwa mahasiswa :

Nama : Aji Saputro  
NIM : 31601501063  
Bidang Minat : Teknik Industri  
Judul TA : Re-Design Kemasan Keripik Pisang Menggunakan Metode Kansei Engineering (Studi Kasus : UPPKS Susilo Utomo)

wajib melakukan perbaikan seperti tercantum dibawah ini:

NO.	REVISI	BATAS REVISI
	Cara presentasi uji keefektifan KE di lambah	5/8/2019 <i>[Signature]</i> ace

Semarang, 30 Juli 2019

Penilai 2.

*[Signature]*  
Ir. Hj. Eli Mas'idah, M.T.  
NIDN 06-1506-6601