



The header of the JurnalPost website features a dark blue navigation bar at the top. On the left, there are links to Home, About Us, Redaksi, Media Kit, and Kebijakan. In the center, there is a search bar with the placeholder "Mencari..." and a magnifying glass icon. On the right, there is a "TOPICS" dropdown menu and a user profile icon.

Beranda » JANGAN MENILAI PRODUK DARI KEMASANNYA ?

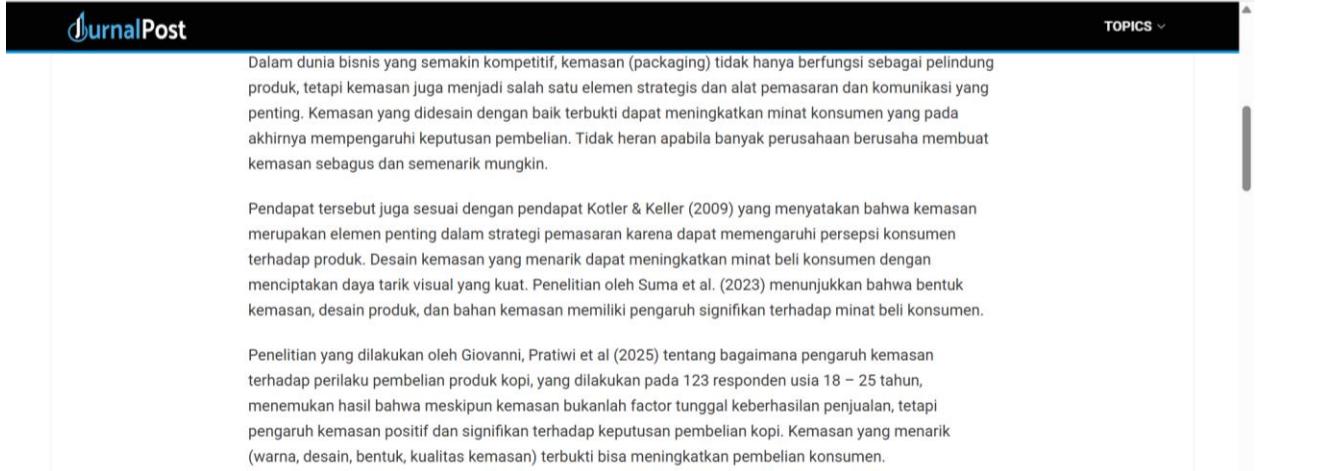
JANGAN MENILAI PRODUK DARI KEMASANNYA ?

Editor [Redaksi](#) — 10 Desember 2025 in Artikel

Penulis :

Nathania Giovanni (Mahasiswa Fakultas Psikologi – UNTAR)
Awalia Dita Pratiwi (Mahasiswa Fakultas Psikologi – UNTAR)
Meike Kurniawati (Dosen Fakultas Psikologi – UNTAR)

JurnalPost.com – Don't judge a book by its cover adalah pepatah lama yang kurang lebih mengajarkan jangan memandang sesuatu atau apapun itu dari penampilan luar atau tampilannya saja. Suatu hal yang ada benarnya dan relevan sampai saat ini. Tapi apa benar penampilan itu tidak penting?



The main content area of the article discusses the importance of packaging in business. It states that in the competitive business world, packaging (packaging) not only serves as a protective layer but also becomes a strategic element in marketing and communication. Well-designed packaging can increase consumer interest and ultimately influence purchase decisions. This aligns with Kotler & Keller's (2009) view that packaging is a key element in marketing strategies. Research by Suma et al. (2023) shows that the design of products and packaging significantly affects consumer purchase intent. A study by Giovanni, Pratiwi et al. (2025) found that packaging positively influenced coffee purchases among 18-25 year olds, even though it was not the primary factor in their decision. The article concludes by emphasizing that packaging's visual appeal and quality can significantly impact consumer behavior.

Dari perspektif psikologi konsumen, kemasan yang menarik dapat memicu respons emosional positif yang mendorong perilaku pembelian. Bagaimana warna, bentuk, dan desain kemasan dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk.

Dalam konteks pemasaran, pemahaman terhadap preferensi / pilihan konsumen menjadi kunci keberhasilan produk di pasar. Penelitian oleh Putra dan Fatimah (2023) menekankan pentingnya kemasan dalam membentuk citra merek dan memengaruhi minat beli, meskipun dalam kasus tertentu, pengaruhnya mungkin tidak signifikan secara statistik. Karena tidak dapat dipungkiri ada banyak faktor lain seperti harga, rasa, merk yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pembelian.

Desain kemasan yang unik, informatif, dan berkualitas tinggi terbukti mampu menarik perhatian konsumen, membangun persepsi positif terhadap produk dan pada akhirnya mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Kemasan menjadi salah satu strategi pemasaran yang signifikan dalam menciptakan nilai tambah bagi produk di tengah persaingan pasar.

 Bagikan 133

 Mengirim

 Tweet 83



