

ABSTRACT

This research aimed to determine the effect of kemasan on kesadaran merek and minat beli of retail industry product in Indonesia. Researcher used Oleh-oleh Jakarta Mpok Nini brand as free retail industry model. Questionnaires method was used in this research. Data were analyzed using SmartPLS 3.29 by using data of 103 respondents who knows Oleh-oleh Jakarta Mpok Nini product. The result of the research show that of ethnic icon on product kemasan have positive impact on kesadaran merek and minat beli. The research provides insight to academics and regional retail industry about how to manage kesadaran merek and minat beli of retail industry product in Indonesia.

Keywords: *Packaging, Brand Awareness, Purchase Intention, Ethnic Icon, Retail Industry.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan terhadap kesadaran merek dan minat beli produk industri retail di Indonesia. Peneliti menggunakan merek oleh-oleh Jakarta Mpok Nini sebagai model industri retail bebas. Metode kuisisioner digunakan dalam penelitian ini. Data dianalisis menggunakan SmartPLS ver 3.29 dengan menggunakan data 103 responden yang mengetahui produk oleh-oleh Jakarta Mpok Nini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ikon etnik produk kemasan berpengaruh positif terhadap kesadaran merek dan minat beli. Penelitian ini memberikan wawasan kepada akademisi dan industri retail kedaerahan khususnya tentang bagaimana mengelola kesadaran merek dan minat beli terhadap produk industri retail di Indonesia.

Kata Kunci: Kemasan, Kesadaran Merek, Minat Beli, Ikon Etnik, Industri Retail.