

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara kemasan produk Kopi Banamon terhadap minat beli konsumen pada Koperasi Mandailing Jaya di Kecamatan Ulu Pungkut. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung sebesar $7,857 > t$ tabel sebesar 1,661 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, semakin baik kemasan produk Kopi Banamon, maka semakin tinggi minat beli konsumen. Hasil analisis regresi linear sederhana memperoleh persamaan $Y = 10,959 + 0,594X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kemasan produk akan meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,594 satuan.

Sementara itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,396 atau 39,6% menunjukkan bahwa kemasan produk memberikan kontribusi sebesar 39,6% terhadap minat beli konsumen, sedangkan 60,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, jawaban atas rumusan masalah penelitian adalah bahwa kemasan produk Kopi Banamon berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Koperasi Mandailing Jaya di Kecamatan Ulu Pungkut.

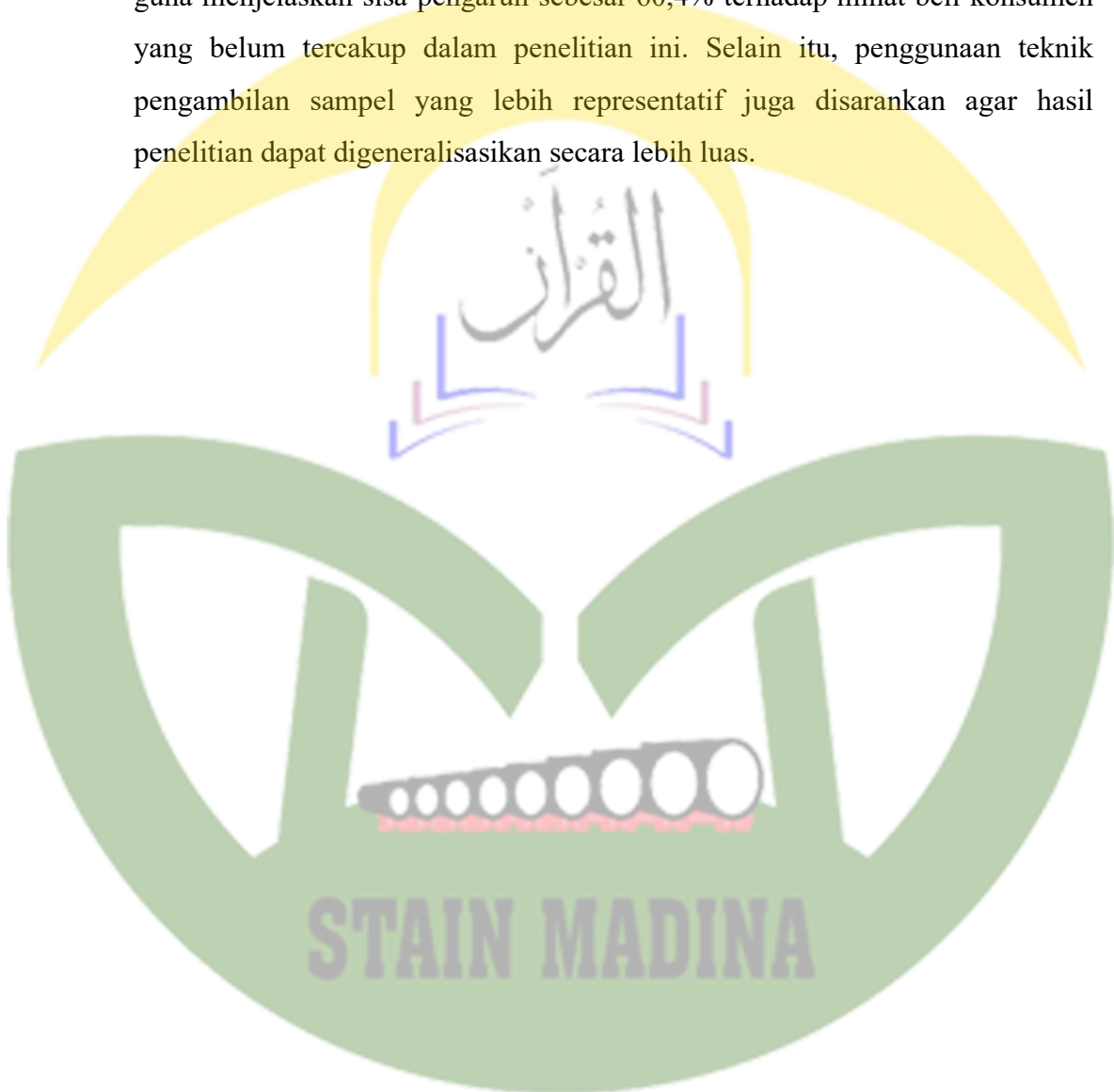
B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Koperasi Mandailing Jaya, disarankan untuk terus meningkatkan kualitas kemasan produk Kopi Banamon, khususnya pada aspek desain grafis dan kelengkapan informasi produk, agar tampilan kemasan semakin menarik dan mampu bersaing di pasar, baik lokal maupun ekspor. Selain itu, mengingat kontribusi kemasan terhadap minat beli belum mencapai 50%, koperasi juga perlu memperhatikan strategi pemasaran lain seperti harga yang kompetitif dan promosi yang lebih intensif.
2. Bagi Konsumen, diharapkan lebih cermat dalam memperhatikan informasi yang tercantum pada kemasan produk, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa,

dan legalitas produk, sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan pembelian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain di luar kemasan produk, seperti harga, promosi, kualitas produk, atau citra merek, guna menjelaskan sisa pengaruh sebesar 60,4% terhadap minat beli konsumen yang belum tercakup dalam penelitian ini. Selain itu, penggunaan teknik pengambilan sampel yang lebih representatif juga disarankan agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan secara lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Allya Ramadhina, & Mugiono, M. (2022). Pengaruh Desain Kemasan, Variasi Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 1(1), 59–67. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.1.1.21>
- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi pemasaran syariah dalam meningkatkan daya saing umkm kerupuk desa tlasih tulangan sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431–444.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek. (No Title).
- Arikunto, S. (2021). *Penelitian Tindakan Kelas: Edisi Revisi* (Suryani, Ed.; 1 ed.). Bumi Aksara.
- Bayu Pramudiyanto, Sumadi, & Tho'in, M. (2026). Strategi Pemasaran KSUS Karya Barokah Untuk Menarik Nasabah Baru Dalam Era Digital Di Wonogiri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 12(1 SE-Articles), 91–103. <https://doi.org/10.29040/jiei.v12i1.19116>
- Dwi Estuningtyas, R. (2024). Konsep Riba dalam Sistem Ekonomi Islam: Tinjauan Kritis Atas Pemikiran Timur Kuran. *Al-Musyarakah: Jurnal Ekonomi Islam*, 4(1), 15–28. <https://doi.org/10.71247/z1adh075>
- Erizka Nurfitriaa F, Andhatu Achsa, S.E, M. M. (2020). Analisis Bauran Pemasaran Pada Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah (KSPPS) Karisma Magelang. *March Management Research*, 3(1), 1–12.
- ferdinand. (2014). *Pengaruh kemudahan kemamfaatan dan resiko tyerhadap minat nasabah dalam menggunakan mobile banking*. 1, 2037=2038.
- Fithriyyah, D., Wulandar, E., & Tuhpawana, P. (2020). *Potensi Komoditas Kopi Dalam Perekonomian Daerah Di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung*. 6(2), 701–702.
- Huda, N., Hudori, K., Fahlevi, R., Mazaya, D., & Sugiarti, D. (2017). *Pemasaran Syariah: Terori & Aplikasi. Kencana*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Lestari. (2021). Pengaruh Label dan Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 2(8). <https://doi.org/14982032jh.id>
- Mughni, muhammad, & Retnoningsih, sri. (2025). *Peran Elemen Visual Kemasan Ramah Lingkungan Jumpstart Dalam Meningkatkan Daya Tarik Penjualan*. 9, 1311.
- Natania, F. O., Karnadi, K., & Ariyantiningih, F. (2024). Pengaruh Kemasan Produk, Inovasi Produk Dan Display Produk Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Rengginang Cap Tiga Bintang Di Desa Gelung Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(7), 1334. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i7.5105>
- Pratama. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(6).

- Prof. Dr. Silvy Lefina Mandey, S. E. M. S., Dr. Victor Paskah Kalawat Lengkong, S. E. M. S., & Ir. Jenny Emma Agustin Kandou, M. S. (2026). *Strategi Pemasaran Terpadu: Strategi Promosi sebagai penentu minat beli*. PT Tonsea Media Jaya.
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Penerbit Widina.
- Ratnaningtyas, H., Aditya, M. K., Wicaksono, H., & Taviprawati, E. (2025). Kemasan Berdaya Jual Berbasis Identitas Lokal untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk UMKM Kuliner di Desa Wisata Cibeber, Purwakarta. *Jurnal Pariwisata*, 12(2). <https://doi.org/10.31294/pariwisata.v12i2.12349>
- Sari. (2023). Pengaruh Desain Kemasan terhadap Minat Beli Konsumen Produk UMKM. *AL-Falah : jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(3).
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- susilawati, fajrina, nabila, & pramesti, rachmadita dwi. (2023). *Peran elemen visual sebagai strategi komunikasi pemasaran pada kemasan produk*. 8, 324.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Manajemen Dan Strategi Kepuasan Pelanggan*. Penerbit Andi.
- zuliyan, amelia, mulyani, puji wahyu, & pirmansyah, darbi. (2). *Peran koperasi dalam pemberdayaan petani kopi dikabupaten mandailing natal*. 2, 187–188. <https://doi.org/10.25077/joseta.v2i2.241>

Lampiran 1. Angket Kuesioner

LAMPIRAN KUESIONER

Dalam Rangka Penyusunan Skripsi, Saya, Amir Hamzah Lubis Bermaksud Melakukan Penelitian Ilmiah Untuk Penyusunan Skripsi Yang Berjudul: **“Pengaruh Kemasan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Koperasi Mandailing Jaya Di Kecamatan Ulu Pungkut”** Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi kuesioner ini sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang sebenarnya. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas perhatian dan partisipasi yang diberikan, saya mengucapkan terima kasih.

1. Karakteristik Pelanggan

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (✓) pada kolom yang tersedia, kemudian pilih dengan sesuai keadaan yang sebenarnya. Jawaban yang tersedia berupa skala likert yaitu antara 1-5, yang mempunyai arti :

Keterangan		Skor
SS	Sangat setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

No.	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Desain Grafis							
1	Desain Grafis (Visual)	Tampilan warna, logo, dan desain kemasan produk Koperasi Mandailing Jaya terlihat menarik.					
2	Desain Grafis (Visual)	Tulisan dan tata letak pada kemasan mudah dibaca serta menarik perhatian konsumen.					
Struktur dan Fisik							
3	Struktur dan Fisik (Structural)	Kemasan produk cukup kuat untuk melindungi isi produk dari kerusakan.					
4	Struktur dan Fisik (Structural)	Bentuk dan ukuran kemasan sesuai dengan jenis produk yang dijual.					
Informasi							
5	Informasi (Informational)	Kemasan memberikan informasi produk yang jelas, seperti merek, komposisi, dan tanggal kedaluwarsa.					
6	Informasi (Informational)	Informasi pada kemasan membantu saya memahami kualitas dan keamanan produk.					
Fungsionalitas							
7	Fungsionalitas (Functional)	Kemasan mudah dibuka dan digunakan tanpa merusak produk.					
8	Fungsionalitas (Functional)	Kemasan mudah dibawa dan disimpan sehingga praktis digunakan.					

VARIABEL KEMASAN PRODUK (X)

VARIABEL MINAT BELI KONSUMEN (Y)

No.	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Minat Transaksional							
1	Minat	Saya memiliki keinginan untuk membeli					

No.	Indikator	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Minat Transaksional							
	Transaksional	produk ini.					
2	Minat Transaksional	Saya berminat membeli produk ini ketika membutuhkan produk yang ditawarkan.					
Minat Referensial							
3	Minat Referensial	Saya bersedia merekomendasikan produk ini kepada orang lain.					
4	Minat Referensial	Saya bersedia mengajak orang lain untuk membeli produk ini.					
Minat Preferensial							
5	Minat Preferensial	Produk ini menjadi salah satu pilihan saya ketika membeli produk sejenis.					
6	Minat Preferensial	Saya lebih memilih produk ini dibandingkan produk sejenis dari tempat lain.					
Minat Eksploratif							
7	Minat Eksploratif	Saya tertarik mencari informasi lebih lanjut mengenai produk ini.					
8	Minat Eksploratif	Saya ingin mengetahui produk-produk lain yang ditawarkan oleh Koperasi ini.					

Lampiran 2. Tabulasi Data Kemasan Produk

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	5	33
2	3	4	3	4	3	4	3	3	27
3	4	4	5	4	4	4	4	5	34
4	4	5	4	5	5	5	5	5	38
5	4	3	4	4	3	3	3	3	27
6	4	3	4	3	4	4	3	4	29
7	5	5	4	5	5	4	5	5	38
8	5	4	4	4	4	4	4	4	33
9	3	3	3	3	3	3	4	3	25
10	4	4	4	4	3	4	4	4	31
11	3	3	3	3	3	4	3	3	25
12	4	3	3	4	4	2	4	4	28
13	4	4	3	4	4	4	5	4	32
14	3	2	2	2	2	1	3	2	17
15	1	2	2	3	2	2	2	3	17
16	4	3	4	3	3	4	3	2	26
17	3	4	3	3	2	3	3	3	24
18	4	4	4	5	4	3	4	4	32
19	3	3	3	3	3	3	3	3	24
20	2	3	2	2	2	3	3	2	19
21	5	4	5	4	5	4	4	5	36
22	4	3	4	3	4	4	3	3	28
23	4	4	3	4	4	4	2	3	28
24	2	4	3	3	3	2	2	3	22
25	3	3	3	3	3	4	3	3	25
26	3	4	4	4	3	4	3	3	28
27	3	3	2	3	3	2	3	3	22
28	4	3	3	4	4	4	3	4	29
29	3	4	3	3	3	3	3	3	25
30	4	4	4	5	5	4	3	4	33
31	4	3	4	5	2	4	5	4	31
32	2	5	4	3	2	5	3	4	28
33	4	3	2	5	4	3	4	4	29
34	3	4	3	4	5	4	5	4	32
35	3	5	5	2	3	3	3	2	26
36	4	3	5	3	2	2	4	4	27
37	5	4	4	4	3	3	3	3	29
38	4	3	3	3	4	3	2	3	25
39	3	3	2	2	3	4	3	3	23
40	4	4	2	3	2	2	4	3	24
41	5	3	3	2	3	3	4	4	27
42	4	3	4	4	4	4	3	4	30
43	3	5	5	4	5	3	5	4	34
44	4	4	4	3	4	4	4	2	29
45	5	3	3	4	3	5	3	4	30
46	3	3	4	4	2	4	3	4	27
47	2	2	3	2	3	3	2	2	19
48	3	2	3	3	4	2	4	4	25
49	4	3	3	4	3	3	3	3	26
50	5	2	5	4	4	4	2	4	30

51	4	3	3	3	5	3	3	4	28
52	3	4	3	4	4	5	2	5	30
53	2	5	5	3	3	4	3	3	28
54	3	4	4	4	2	3	4	4	28
55	3	3	3	5	2	2	5	3	26
56	4	4	2	4	3	3	4	2	26
57	3	3	3	3	2	4	3	3	24
58	2	4	4	2	3	3	2	4	24
59	5	3	3	3	4	3	2	3	26
60	4	3	2	4	3	2	3	2	23
61	3	4	3	5	2	3	4	5	29
62	2	4	4	4	3	4	4	4	29
63	3	4	5	3	4	3	3	3	28
64	4	3	4	2	3	2	3	2	23
65	4	4	3	4	4	3	2	3	27
66	3	4	4	5	5	4	2	4	31
67	3	3	4	4	3	5	3	4	29
68	4	4	3	4	2	4	2	3	26
69	5	5	3	3	3	3	3	3	28
70	4	4	3	3	4	3	2	4	27
71	3	4	4	4	3	2	3	5	28
72	4	3	5	3	4	3	2	4	28
73	5	2	2	2	3	2	3	2	21
74	4	3	2	2	4	3	4	3	25
75	3	3	3	3	2	4	3	2	23
76	4	4	4	4	3	3	2	3	27
77	4	4	2	5	4	2	2	4	27
78	2	5	3	5	3	2	3	3	26
79	3	4	4	4	2	3	4	2	26
80	4	3	3	2	3	4	3	2	24
81	5	2	2	3	4	3	2	3	24
82	4	3	3	4	3	2	3	4	26
83	4	4	4	5	2	3	4	3	29
84	4	5	5	4	4	4	3	2	31
85	3	4	4	2	2	5	2	3	25
86	4	3	3	3	3	4	3	4	27
87	3	2	2	4	4	3	4	5	27
88	5	2	3	3	3	2	3	4	25
89	4	3	4	2	2	2	2	3	22
90	2	4	5	2	2	3	3	2	23
91	3	4	4	3	2	4	4	2	26
92	4	4	3	4	3	3	3	3	27
93	2	4	2	5	4	2	4	3	26
94	3	4	3	4	3	3	3	2	25
95	2	4	4	3	4	3	3	3	26
96	3	4	3	3	3	4	2	4	26

Lampiran 2. Tabulasi Minat Beli Konsumen

Responden	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	Total
1	3	4	4	3	4	4	4	4	30
2	4	4	5	4	5	5	4	4	35
3	4	4	4	3	4	4	3	4	30
4	4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	3	4	31
6	3	3	3	3	4	3	2	3	24
7	5	4	5	4	4	5	4	5	36
8	3	3	3	4	4	3	3	3	26
9	3	3	3	3	3	3	3	3	24
10	4	4	4	4	3	3	4	4	30
11	4	3	4	3	3	4	4	3	28
12	4	4	4	3	3	3	4	4	29
13	4	4	4	4	4	3	4	3	30
14	3	2	3	2	3	2	2	3	20
15	3	2	3	2	3	2	3	2	20
16	3	3	3	3	3	3	3	2	23
17	3	2	3	2	4	3	2	2	21
18	4	4	4	4	4	5	4	4	33
19	3	3	4	3	3	3	3	3	25
20	2	2	2	2	2	2	2	2	16
21	5	5	4	5	5	4	5	5	38
22	4	4	3	3	3	2	4	3	26
23	3	4	2	3	3	3	3	3	24
24	4	3	3	4	3	4	3	3	27
25	3	4	3	4	3	4	3	3	27
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	3	3	3	3	3	3	2	2	22
28	4	4	4	4	3	4	3	4	30
29	4	4	4	4	3	5	3	4	31
30	4	3	4	4	3	4	3	4	29
31	3	4	5	3	4	4	4	5	32
32	5	3	3	4	4	3	4	5	31
33	2	2	4	4	2	5	4	3	26
34	2	3	5	5	4	3	2	5	29
35	4	4	3	3	3	4	3	4	28
36	5	3	4	4	3	5	5	2	31
37	3	2	3	3	4	3	5	3	26
38	2	3	3	2	5	4	4	4	27
39	3	4	4	3	4	3	3	3	27
40	4	3	3	3	3	3	2	2	23
41	3	2	3	4	4	4	2	3	25
42	2	3	5	2	5	3	3	2	25
43	3	4	4	3	4	3	4	4	29
44	4	3	3	4	3	5	5	4	31
45	5	4	3	3	4	4	4	3	30
46	4	3	2	4	5	3	3	4	28
47	3	3	2	5	3	3	4	4	27
48	2	2	3	4	2	2	3	2	20
49	3	3	2	3	3	2	3	3	22
50	4	4	3	2	4	3	3	4	27

51	3	3	4	3	5	2	5	4	29
52	4	2	5	4	4	3	3	3	28
53	5	3	3	3	3	4	3	4	28
54	4	4	4	5	2	5	5	3	32
55	3	4	3	4	3	4	4	4	29
56	2	3	4	3	3	3	3	5	26
57	2	5	5	2	4	4	2	4	28
58	3	4	4	3	3	3	3	3	26
59	2	3	3	4	2	4	4	2	24
60	3	3	2	3	5	3	3	3	25
61	4	2	3	3	4	3	2	4	25
62	3	4	4	2	3	4	3	5	28
63	2	3	5	3	2	4	4	4	27
64	3	2	4	4	3	4	5	3	28
65	4	3	2	3	4	3	4	2	25
66	3	2	3	2	4	4	3	4	25
67	4	3	4	3	3	4	4	5	30
68	5	4	3	4	3	3	4	4	30
69	3	5	4	5	4	4	3	4	32
70	2	4	5	4	5	5	3	3	31
71	3	3	3	3	4	4	3	3	26
72	4	2	2	3	3	4	4	4	26
73	3	2	3	2	4	3	5	3	25
74	4	3	4	3	5	2	2	2	25
75	3	4	3	2	4	3	2	2	23
76	4	4	4	3	3	3	3	3	27
77	2	3	3	4	4	4	4	4	28
78	3	3	4	3	4	4	2	5	28
79	4	2	2	2	2	5	3	5	25
80	3	2	3	2	3	4	4	4	25
81	2	3	3	3	4	3	3	2	23
82	3	2	4	4	5	2	2	3	25
83	4	3	3	3	4	3	3	4	27
84	3	2	2	2	4	4	4	5	26
85	2	3	5	3	4	5	5	4	31
86	4	2	4	4	3	4	4	2	27
87	2	3	3	5	4	3	3	3	26
88	3	4	2	4	3	2	2	4	24
89	4	3	3	3	5	2	3	3	26
90	3	2	4	2	4	3	4	2	24
91	2	2	4	2	2	4	5	2	23
92	2	3	3	3	3	3	5	3	25
93	2	4	3	4	3	2	4	3	25
94	3	3	4	3	2	3	2	2	22
95	4	2	5	2	3	4	3	3	26
96	3	3	4	3	4	3	3	4	27

Lampiran 3. r tabel

Tabel r untuk df = 70 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2996	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2967	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2596	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
96	0.1663	0.1965	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Sumber : Junaidi 2020

**Lampiran 4. Hasil Uji Validitas
Kemasan Produk (X)**

Correlations										
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	total
VAR00001	Pearson Correlation	1	-.135	.043	.149	.332**	.076	.089	.186	.409**
	Sig. (2-tailed)		.190	.674	.146	.001	.463	.387	.070	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00002	Pearson Correlation	-.135	1	.407**	.329**	.137	.281**	.194	.104	.513**
	Sig. (2-tailed)	.190		.000	.001	.183	.005	.058	.312	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00003	Pearson Correlation	.043	.407**	1	.085	.122	.350**	.093	.190	.521**
	Sig. (2-tailed)	.674	.000		.411	.235	.000	.367	.063	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00004	Pearson Correlation	.149	.329**	.085	1	.299**	.139	.355**	.461**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.146	.001	.411		.003	.178	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00005	Pearson Correlation	.332**	.137	.122	.299**	1	.191	.104	.420**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.001	.183	.235	.003		.063	.314	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00006	Pearson Correlation	.076	.281**	.350**	.139	.191	1	.041	.250*	.532**
	Sig. (2-tailed)	.463	.005	.000	.178	.063		.689	.014	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00007	Pearson Correlation	.089	.194	.093	.355**	.104	.041	1	.247*	.480**

Minat Beli Konsumen (Y)

Correlations										
		VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	total
VAR00010	Pearson Correlation	1	.227*	-.017	.198	.083	.191	.134	.228*	.489**
	Sig. (2-tailed)		.026	.867	.053	.419	.062	.194	.025	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00011	Pearson Correlation	.227*	1	.262*	.339**	.165	.173	.055	.314**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.026		.010	.001	.108	.092	.595	.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00012	Pearson Correlation	-.017	.262*	1	.142	.152	.348**	.123	.160	.512**
	Sig. (2-tailed)	.867	.010		.166	.139	.001	.232	.119	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00013	Pearson Correlation	.198	.339**	.142	1	.025	.206*	.186	.174	.540**
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.166		.810	.044	.069	.091	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00014	Pearson Correlation	.083	.165	.152	.025	1	-.088	-.066	.171	.332**
	Sig. (2-tailed)	.419	.108	.139	.810		.392	.520	.097	.001
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00015	Pearson Correlation	.191	.173	.348**	.206*	-.088	1	.364**	.355**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.062	.092	.001	.044	.392		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
VAR00016	Pearson Correlation	.134	.055	.123	.186	-.066	.364**	1	.164	.480**
	Sig. (2-tailed)	.194	.595	.232	.069	.520	.000		.110	.000

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabelitas

Variabel X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.664	8

Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.623	8

Lampiran 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80344174
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.058
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Lampiran 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glajser)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.641	1.187		2.224
	Kemasan produk	-.013	.043	-.032	-.306
a. Dependent Variable: Abs RES					



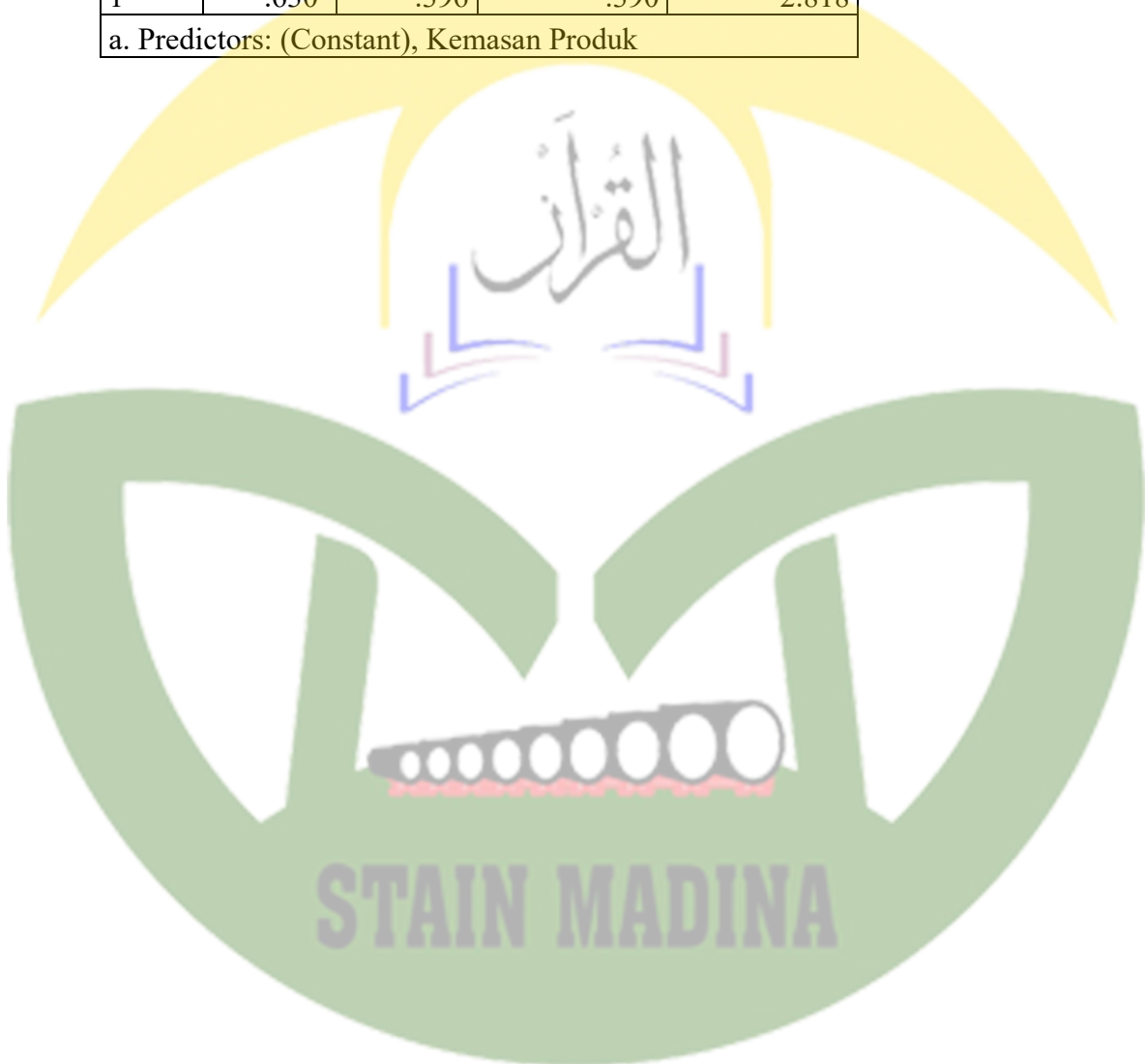
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.959	2.066		5.305	.000
	Kemasan Produk	.594	.076	.630	7.857	.000
a. Dependent Variable: Minat Beli						



Lampiran 9. Hasil Uji R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.396	.390	2.818
a. Predictors: (Constant), Kemasan Produk				



Lampiran 10. Hasil Uji Parsial (T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.959	2.066		5.305	.000
	Kemasan Produk	.594	.076	.630	7.857	.000
a. Dependent Variable: Minat Beli						

Lampiran 11. t tabel

df	Tingkat Signifikansi Uji Satu Arah					
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005
80.	0.678	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639
81.	0.678	1.292	1.664	1.990	2.373	2.638
82.	0.677	1.292	1.664	1.989	2.373	2.637
83.	0.677	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636
84.	0.677	1.292	1.663	1.989	2.372	2.636
85.	0.678	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639
86.	0.677	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634
87.	0.677	1.291	1.663	1.988	2.370	2.634
88.	0.677	1.291	1.662	1.987	2.369	2.633
89.	0.677	1.291	1.662	1.987	2.369	2.632
90.	0.677	1.291	1.662	1.987	2.368	2.632
91.	0.677	1.291	1.662	1.986	2.368	2.631
92.	0.677	1.291	1.662	1.986	2.368	2.630
93.	0.677	1.291	1.661	1.986	2.367	2.630
94.	0.677	1.291	1.661	1.986	2.367	2.629
95.	0.677	1.291	1.661	1.985	2.366	2.629
96.	0.677	1.290	1.661	1.985	2.366	2.628
97.	0.677	1.290	1.661	1.985	2.365	2.627
98.	0.677	1.290	1.661	1.984	2.365	2.627
99.	0.677	1.290	1.660	1.984	2.365	2.626

Titik Presentase Distribusi t (df = 80 – 105)

Lampiran 12. Dokumentasi



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 30 agustus 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 30 agustus 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 02 September 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 02 September 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 02 September 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 02 September 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 02 September 2026



Dokumentasi sebar kusioner pada tanggal 05 September 2026

Lokasi Tempat Penelitian





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978
Website: www.stain-madina.ac.id
Email: stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 1156 /Sti.21/F.1/TL.00/09/2026
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian

17 September 2026

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Koperasi Mandailing Jaya
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa :

Nama : Amir Hamzah Lubis
NIM : 22090093
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan Penelitian guna untuk memperoleh data/informasi awal dalam penyusunan Skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul : Pengaruh Produk Kopi Banamon pada Koperasi Kopi Mandailing Jaya
Tempat : Habincaran Kec. Ulupungktu Kab. Mandailing Natal
Waktu : September s/d Oktober 2026

Demikian permohonan ini disampaikan, atas kerjasama Bapak/Ibu diucapkan terimakasih.

a.n. Ketua

Kepala Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)



Dr. Armipsyah, M.H.I

Terbitan:

1. Ketua STAIN MADINA
2. Ketua Prodi Manajemen bisnis syariah
3. Arsip



**KOPERASI
KOPI MANDAILING JAYA**
KECAMATAN ULUPUNKUT KABUPATEN MANDAILING NATAL
Habincaran, Kecamatan Ulupungkut, Kabupaten Mandailing Natal

SURAT BALASAN PERMOHONAN IZIN PENELITIAN

Nomor : 012/KMJ/IX/2026

Lampiran : -
Perihal : Balasan Permohonan Izin Penelitian
Kepada Yth
Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M)
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal
Di -
Tempat

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh

Menindaklanjuti surat dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P3M) No. B-1156/Sti.21/F.1/TL.00/09/2026 tanggal 17 September 2026 tentang permohonan izin penelitian dengan ini kami menyampaikan bahwa pihak koperasi kopi Mandailing Jaya memberikan izin dan persetujuan kepada mahasiswa berikut:

Nama	: Amir Hamzah Lubis
Nim	: 22090093
Semester	: Sembilan (IX)
Program studi	: Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Judul penelitian	: Pengaruh Kemasan Produk Kopi Banamon Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Koperasi Mandailing Jaya Di Kecamatan Ulupungkut.

Demikian surat izin penelitian ini kami berikan untuk dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Habincaran, 18 September 2026
Ketua
Koperasi Kopi Mandailing Jaya



[Signature]

Safaruddin Lubis
Ketua Koperasi Kopi Mandailing Jaya

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Pribadi

1. Nama : Amir Hamzah
2. Tempat/ Tgl Lahir : Huta Pungkut Julu, 02 Februari 2002
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Anak Ke : 4
6. Alamat : Hutapungkut Julu Kec. Kotanopan
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/Hp : 082277243193
9. E-mail : hamzahltbsa@gmail.com



B. Pendidikan

1. SDN 217 Kotanopan
2. Mts Mustafawiyah Purba Baru
3. Madrasah Aliyah Mustafawiyah Purba Baru
4. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Madina

C. Identitas Orang Tua

1. Nama Ayah : Sulaiman Lubis
2. Agama : Islam
3. Pekerjaan : Petani
4. Alamat : Hutapungkut Julu Kec. Kotanopan
5. Nama Ibu : Suhra Dly
6. Agama : Islam
7. Pekerjaan : Petani
8. Alamat : Hutapungkut Julu Kec. Kotanopan