

## ABSTRAK

Pengangguran merupakan masalah yang dihadapi setiap negara dan sulit dihindari, baik di negara berkembang maupun negara maju, namun tingkat pengangguran di negara berkembang umumnya lebih tinggi. Itulah sebabnya Tanigochi didirikan untuk berkontribusi pada aksi global dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan melalui bisnisnya, khususnya Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 8: Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi. Namun, karena Tanigochi adalah perusahaan baru, ada banyak sistem manajemen yang perlu disempurnakan sebelum dapat dianggap matang. Salah satu yang perlu manajerial sistem yang perlu dikemang tersebut ialah Pengemasan produk

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui elemen kemasan apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat keputusan pembelian pada "Papaya Tanigochi" untuk melengkapi dimensi kewirausahaan Tanigochi dalam rangka mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan memenuhi SDGs 8.3. Elemen-elemen kemasan tersebut meliputi Warna Kemasan, Bahan Kemasan, Jenis Huruf, Desain Kemasan, Informasi yang Dicetak, Gambar Latar Belakang, dan Inovasi. Faktor-faktor elemen kemasan tersebut diharapkan dapat membantu Tanigochi dalam menentukan elemen kemasan apa saja yang dapat digunakan dalam kemasan produk mereka.

Metodologi yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan regresi linier berganda. Data dikumpulkan dari 100 responden yang dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling dengan alasan menyukai pepaya dan pernah mengunjungi T-mart. IBM SPSS akan digunakan untuk memeriksa data yang akurat dan valid. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari warna kemasan, desain kemasan, dan gambar latar belakang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian Produk Tanigochi.

Berdasarkan temuan penelitian ini, untuk meningkatkan keputusan pembelian pada produk Tanigochi, perusahaan harus berkonsentrasi pada beberapa dimensi kemasan seperti warna kemasan, desain kemasan, dan gambar latar belakang agar dapat menciptakan keputusan pembelian bagi pelanggan sasaran mereka dan membantu mereka dalam menciptakan bisnis yang berkelanjutan.

Berdasarkan temuan dari penelitian ini juga dapat memberikan beberapa saran untuk Tanigochi. Tanigochi harus berkonsentrasi untuk memproduksi kemasan yang menarik secara estetika dan didesain dengan baik karena ditemukan bahwa faktor desain kemasan, warna kemasan, dan Background Image memiliki dampak yang baik dan signifikan terhadap keputusan pembelian. mengingat dampak positif dan besar dari desain kemasan, warna kemasan, dan Background Image terhadap pengambilan keputusan konsumen, maka perusahaan harus berhati-hati dalam memilih desain, warna, dan juga background image yang melengkapi identitas merek mereka dan menarik bagi target konsumen mereka.

**Kata kunci:** Elemen Kemasan, Dimensi Kewirausahaan, Kewirausahaan Berkelanjutan, Keputusan Pembelian.