















































Bab kedua adalah kerangka teoritis. Pada bab ini membahas tentang teori pemasaran, teori strategi pemasaran, teori kemasan (*packaging*) meliputi: pengertian kemasan, fungsi kemasan, daya tarik kemasan, dan unsur kemasan, serta teori minat beli.

Bab ketiga adalah data penelitian membahas tentang gambaran umum Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo, meliputi: sejarah Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo, visi dan misi, struktur organisasi, macam-macam produk Kopi Mahkota Raja, serta manajemen pemasaran Kopi Mahkota Raja. Strategi *packaging* Kopi Mahkota Raja produksi Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo. Strategi *packaging* Kopi Mahkota Raja produksi Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo dalam menarik minat beli konsumen.

Bab keempat adalah analisis data. Pada bab ini adalah analisis data dari hasil penelitian yang berkaitan dengan analisis strategi *packaging* Kopi Mahkota Raja produksi Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Sidoarjo dalam menarik minat beli konsumen.

Bab kelima adalah penutup. Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran yang merupakan upaya memahami jawaban-jawaban atas rumusan masalah dan juga berisi tentang kata penutup dan daftar pustaka sebagai referensi dalam penulisan.