

## LAMPIRAN



**2.76%** PLAGIARISM  
APPROXIMATELY

### Report #13255839

BAB I PENDAHULUAN 1.1Latar Belakang Gaya hidup instan sudah menjadi hal yang sangat umum saat ini, termasuk pengonsumsi makanan dan minuman kemasan. Venu Madhav sebagai General Manager Kantar Worldpanel Indonesia menyatakan bahwa gaya hidup masyarakat perkotaan yang lebih banyak berada di luar rumah membuat mereka lebih banyak mengonsumsi produk makanan-minuman kemasan, yakni produk ready to drink (RTD) dan produk ready to eat (RTE). Berdasarkan pemetaan Kantar terhadap masyarakat urban, sektor konsumsi di luar rumah memegang porsi lebih besar daripada konsumsi di rumah. Pada tahun 2017 dan 2018 minuman kemasan masih berkontribusi dengan porsi paling besar dalam penjualan yakni sebesar 72%. Minuman kemasan merupakan produk yang dikemas dalam kemasan sekali pakai. Untuk menarik minat konsumen, minuman kemasan dibuat dengan berbagai varian yang berbeda-beda. Tujuannya jelas untuk memicu orang terus membelinya. Minuman kemasan memiliki rasa yang enak, segar, dan membuat orang ingin