

ABSTRAK

Uswatun Hasanah, Pengaruh Kemasan Dan Label Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie)), di bawah bimbingan Dr. Bambang Setiyo Pambudi., S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan label terhadap keputusan pembelian konsumen produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Konsumen produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie) merupakan populasi penelitian ini. Teknik *nonprobability sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dengan metode penentuan sampel *purposive sampling* dan diperoleh 100 responden. Teknik pengumpulan data penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner serta diolah dengan aplikasi *software* SPSS menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi digunakan untuk menganalisis data.

Hasil penelitian menunjukkan variabel kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie), serta variabel label tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie). Variabel kemasan dan label berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian produk Kripik Neng Ziezie (Kripzie). Nilai koefisien determinasi sebesar 0,383. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kemasan dan label dalam penelitian ini dapat menjelaskan sebesar 38,3% keputusan pembelian dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya 61,7%, dimana variabel keputusan pembelian (Y) dapat dipengaruhi variabel-variabel selain dua variabel independen pada penelitian ini.

Kata kunci: *Kemasan, Label, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Uswatun Hasanah, The Effect of Packaging and Labels on Purchasing Decisions (Case Study of Consumers of Neng Ziezie (Kripzie) Chip Products), under the guidance of Dr. Bambang Setiyo Pambudi., S.E., M.M.

This research aims to determine the influence of packaging and labels on consumer purchasing decisions for Kripik Neng Ziezie (Kripzie) products. This research uses quantitative research methods. Consumers of Neng Ziezie Chips (Kripzie) products are the population of this study. Nonprobability sampling technique was used for sampling using a purposive sampling method and obtained 100 respondents. This research data collection technique uses observation, interviews and questionnaires and is processed using the SPSS software application using validity, reliability, classical assumption tests, multiple regression analysis, t test, F test and coefficient of determination test used to analyze the data.

The research results show that the packaging variable has a significant effect on the decision to purchase the Kripik Neng Ziezie (Kripzie) product, and the label variable does not have a significant effect on the decision to purchase the Kripik Neng Ziezie (Kripzie) product. The packaging and label variables have a significant effect simultaneously or together on purchasing decisions for the Kripik Neng Ziezie (Kripzie) product. The coefficient of determination value is 0.383. This shows that the packaging and label variables in this study can explain 38.3% of purchasing decisions in this study. Meanwhile, the remaining 61.7%, where the purchasing decision variable (Y) can be influenced by variables other than the two independent variables in this research.

Keywords: Packaging, Labels, Purchasing Decisions