

ABSTRAK

MUHAMAD FAHMI FAUZI. NIM 3402180090. Pengaruh Kemasan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada UMKM Kue Pia Sari Rasa Desa Mangkubumi Kecamatan Sadananya). Dibawah bimbingan Bapak Dr. Apri Budianto, M.M (Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh kemasan dan promosi terhadap keputusan pembelian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1 Pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian bakpia sari rasa Desa Mangkubumi Kecamatan Sadananya, Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian bakpia sari rasa Desa Mangkubumi Kecamatan Sadananya dan Pengaruh kemasan dan promosi terhadap keputusan pembelian bakpia sari rasa Desa Mangkubumi Kecamatan Sadananya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif verifikatif. Populasi ini diambil dari Konsumen Kue Pia Sari Rasa berjumlah 200 pada bulan Januari-Desember tahun 2022, sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 67 orang dengan menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yaitu analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji hipotesis, analisis regresi berganda. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: Kemasan pada UMKM Kue Pia Sari Rasa adalah baik serta termasuk pada kategori baik. Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Pia Sari Rasa. Artinya apabila kemasan semakin baik, maka keputusan pembelian akan meningkat dan skor yang paling rendah yaitu pada indikator bentuk, Promosi pada UMKM Kue Pia Sari Rasa adalah baik serta termasuk pada kategori baik. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Pia Sari Rasa. Artinya apabila promosi semakin baik, maka keputusan pembelian akan semakin meningkat dan skor yang paling rendah yaitu pada indikator periklanan, Keputusan pembelian pada UMKM Kue Pia Sari Rasa sudah tinggi serta termasuk pada kategori tinggi. kemasan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kue Pia Sari Rasa. Artinya apabila penerapan kemasan dan promosi optimal, maka keputusan pembelian akan meningkat

Kata Kunci: Kemasan, Promosi dan Keputusan Pembeli

