

ABSTRAK

Ridzwan Kurnia Saputra, NIM. 3402200443. “Pengaruh Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran)”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Bapak H. Iwan Setiawan, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah : 1) Bagaimana Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran?; 2) Bagaimana Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran?; 3) Bagaimana Pengaruh Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis : 1) Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran; 2) Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran; 3) Kemasan Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Pt Sarirasa Zahira Nusantara Di Kecamatan Langkaplancar Pangandaran.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan analisis data deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 2) Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian; 3) Kemasan dan Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diharapkan pihak PT Sari Rasa Zahira Nusantara untuk lebih menarik dari segi desain kemasan dan terjangkau pada harga produk agar meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : Kemasan, Harga Produk, dan Keputusan Pembelian