

**PENGARUH KEMASAN PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN CANTIKA CHIPS PADA UMKM
CANTIKA SM KEMILING BANDAR LAMPUNG**

Eva Desi Kristina

2019112187

ABSTRAK

Pada penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kemasan produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Cantika Chips secara simultan dan secara parsial. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif populasi dalam penelitian ini tidak diketahui yang artinya menggunakan teknik *lemeshow* dengan sampel berjumlah 100 responden. Dengan menggunakan teknik purposive sampling. Dalam mengambil sampel dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling Dengan menyebarkan kuesioner secara langsung dan melalui google form. alat yang digunakan dalam mengolah data menggunakan SPSS seri 20 Berdasarkan analisis data yang dilakukan mendapatkan hasil bahwa : pada uji t pada variabel kemasan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil perhitungan dimana $t_{hitung} 1,283 < 1,985$ kemudian pada variabel promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan hasil perhitungan dimana $t_{hitung} 2,536 > 1,985$. Pada pengujian F didapatkan hasil bahwa adanya hubungan yang kuat antara variabel kemasan produk dan promosi secara bersama-sama atau secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Cantika Chips dengan perhitungan di dapatkan angka F_{hitung} sebesar $8,263 > F_{tabel} 3,09$ Berdasarkan penelitian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel kemasan produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan pada variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata kunci : kemasan produk ,promosi dan keputusan pembelian

**THE EFFECT OF PRODUCT PACKAGING AND PROMOTION
TOWARDS PURCHASING DECISION OF CANTIKA CHIPS AT
CANTIKA SM KEMILING BANDAR LAMPUNG**

Eva Desi Kristina

201912187

ABSTRAK

This study to determine the effect of product packaging and promotion on purchasing decisions Cantika Chips simultaneously and partially. The type of research used in this research is quantitative. The population in this study is unknown, which means using the lemeshow technique with a sample of 100 respondents. By using purposive sampling technique. In taking samples in this study using non- probability sampling by distributing questionnaires directly and through the google form. the tools used in processing data using SPSS series 20 Based on the data analysis carried out, it was found that the test on the product packaging variable did not affect the purchase with the calculation results tcount was $1,283 < 1,985$ then the promotion variable decision had an effect on purchasing decisions with the calculation results where thining $2,536 > 1,985$. In the F test, it was found that there is a strong relationship between product packaging and promotion variables together or simultaneously on purchasing decisions at Cantika Chips with calculations to get a fang number of $8,263 > F_{tabel} 3,09$ Based on the above research it can be concluded that the product packaging variable has on effect on purchasing decisions and the promotion variable has a significant effect on purchasing decisions

Keywords : product packaging, promotion and purchasing decisions