

**PENGARUH PENGEMASAN PRODUK, HARGA PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SAMBEL PECEL
“KAROMAH” DI DESA JATIREJO**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

USWATUN HASANAH
18.1.02.02.0149

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

USWATUN HASANAH

NPM: 18.1.02.02.0149

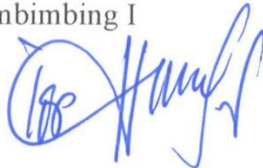
Judul:

**PENGARUH PENGEMASAN PRODUK, HARGA PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SAMBEL PECEL
"KAROMAH" DI DESA JATIREJO**

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 14 Juli 2022

Pembimbing I



Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.
NIDN.0706108902

Pembimbing II



Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.
NIDN.0728068702

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

USWATUN HASANAH
NPM: 18.1.02.02.0149

Judul:

**PENGARUH PENGEMASAN PRODUK, HARGA PRODUK, DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UD. SAMBEL PECEL
“KAROMAH” DI DESA JATIREJO**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal : 25 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A.
2. Penguji I : Zulistiani, M.M.
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.



Mengetahui,
Dekan FEB,

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Uswatun Hasanah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Kediri/ 23 April 1999
NPM : 18.1.02.02.0149
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2022

Yang Menyatakan



USWATUN HASANAH
NPM: 18.1.02.02.0149

Motto:

*Terkadang ditengah jalan kita kehilangan motivasi,
saat seperti itu coba lihat kebelakang.*

*Kita bisa sadar betapa jauhnya kita sudah melangkah,
seberapa besar energi dan waktu yang sudah kita korbankan.*

(Jerome Polin)

Kupersembahkan karya ini buat:

Seluruh keluargaku tercinta.

Abstrak

Uswatun Hasanah : Pengaruh Pengemasan Produk, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Proses Pengambilan keputusan Pembelian Konsumen ada UD. Sambal Pecel “KAROMAH” di Desa Jatirejo, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: Pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk, keputusan pembelian.

Sambal sering dianggap sebagai bahan makanan pendamping yang melengkapi cita rasa makanan utama di Indonesia. Itulah sebabnya masyarakat belum merasa puas apabila tidak terdapat sambal dalam sajian makanan sehari-hari. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh: (1) pengemasan produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Sambal Pecel “KAROMAH”. (2) harga produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Sambal Pecel “KAROMAH”. (3) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Sambal Pecel “KAROMAH”. (4) pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen UD. Sambal Pecel “KAROMAH”.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian bersifat kausal. Pengumpulan datanya dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen UD. Sambal Pecel “KAROMAH”. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software SPSS for windows* versi 24.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Pengemasan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH”. (2) Harga produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH”. (3) Kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH”. (4) Pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian sambal pecel “KAROMAH”.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Pengemasan Produk, Harga Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Proses Pengambilan eputusan Pembelian Konsumen ada UD. Sambal Pecel “KAROMAH” di Desa Jatirejo” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Kedua Orang Tua dan Keluarga Besar, yang telah memberikan dukungan secara penuh dalam proses menuntut ilmu untuk meraih gelar sarjana di Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Zainal Afandi, M. Pd, selaku Rektor UN PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
3. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

5. Ismayantika Dyah Puspasari, M.B.A. selaku Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
6. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi.
7. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan proposal skripsi ini dimulai dari tahap awal hingga akhir.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 14 Juli 2022

USWATUN HASANAH
NPM: 18.1.02.02.0149

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	8

BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS

A. Kajian Teori	10
1. Pengambilan Keputusan Pembelian.....	10

2. Pengemasan Produk	11
3. Harga Produk	13
4. Kualitas Produk.....	14
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Berfikir.....	17
D. Kerangka Konseptual	19
E. Hipotesis.....	20

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian	23
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	23
2. Devinisi Operasional Variabel	24
B. Pendekatan Penelitian dan Teknik Pnelitian	25
1. Pendekatan Penelitian	25
2. Teknik Penelitian	26
C. Tempat dan Waktu Penelitian	26
1. Tempat Penelitian	26
2. Waktu Penelitian	26
D. Populasi dan Sampel	27
E. Instrumen Penelitian.....	28
1. Pengembangan Instrumen	28
2. Validitas dan Realibilitas Instrumen	30
F. Sumber dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	32

1. Sumber Data.....	32
2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Teknik Analisis Data.....	34
1. Analisis Deskriptif	34
2. Analisis Kuantitatif	34
 BAB IV	 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	39
1. Sejarah Singkat UD. Sambal Pecel “KAROMAH”	39
2. Struktur Kepemilikan.....	40
3. Karakteristik Responden	41
B. Deskripsi Data Hasil Peneltian.....	43
1. Analisis Deskriptif	43
2. Analisis Kuantitatif	49
C. Pembahasan.....	63
 BAB V	 : SIMPULAN DAN SARAN
A. Simpulan	67
B. Saran.....	67
 DAFTAR PUSTAKA	 69
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
2.1 Penelitian Terdahulu	17
3.1 Variabel Penelitian	28
3.2 Skala Likert	29
3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	30
3.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	32
4.1 Uraian Tugas pada setiap Struktur Organisasi	41
4.2 Jenis Kelamin Responden	42
4.3 Usia Responden.....	42
4.4 Deskripsi Data Variabel Pengemasan Produk.....	43
4.5 Deskripsi Data Variabel Harga Produk	44
4.6 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	45
4.7 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	48
4.8 Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S)	51
4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	53
4.10 Hasil Uji DW	56
4.11 Hasil Analisis Linier Berganda	57
4.12 Hasil Uji-t (Parsial)	60
4.13 Hasil Uji-F (Simultan).....	61
4.14 Hasil <i>Adjusted-R²</i>	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 Kerangka Konseptual	20
4.1 Struktur Organisasi	40
4.2 Histogram Uji Normalitas	50
4.3 P-Plot Uji Normalitas	51
4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 Kuisisioner Penelitian	71
2 Data Responden	73
3 Hasil Uji Validitas & Reliabilitas	74
4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	78
5 Surat Pengantar Penelitian	81
6 Surat Balasan Penelitian.....	82
7 Kartu Bimbingan.....	83

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sambal sering dianggap sebagai bahan makanan pendamping yang melengkapi cita rasa makanan utama di Indonesia. Itulah sebabnya masyarakat belum merasa puas apabila tidak terdapat sambal dalam sajian makanan sehari-hari. Hal tersebut didukung berdasarkan pernyataan yang termuat dalam berita online pada "Sambal adalah hal yang mendasar bagi orang Indonesia. Istilahnya tidak ada sambal, makan jadi hambar. Ada 300 etnis di Indonesia, kalau satu etnis punya lima jenis sambal saja, bayangkan sebanyak apa jumlah sambal," kata Brand Director Kaum, Lisa Virgiano dalam acara workshop membuat sambal, di KAUM, Jakarta, Rabu (21/3/2018) (Agmasari, 2018). Salah satu jenis sambal yang cukup populer di Indonesia yaitu sambal pecel atau bumbu pecel. Sambal dengan bahan utama kacang tanah ini awalnya merupakan pendamping makanan tradisional pecel. Makanan tradisional yang dimaksudkan adalah makanan yang diolah dari bahan baku lokal dan biasa dikonsumsi masyarakat sekitar. Tingginya permintaan sambal membuat banyak rumah makan berlomba-lomba dalam menciptakan inovasi terbaru mengenai cita rasa sambal. Mulai dari sambal berdasarkan campuran bahan yang beraneka ragam hingga sambal berdasarkan tingkat kepedasan. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk berusaha keras dan berinovasi, kreatif menciptakan dan

mengembangkan produk, ukuran dan kemasan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan konsumen, agar produknya disukai, dipercaya konsumen dan mampu bersaing dalam pasar.

Dalam mewujudkan hal tersebut hal pertama yang harus dilakukan adalah mengetahui terlebih dahulu tentang apa yang dibeli, bagaimana kebiasaannya, dalam kondisi macam apa barang dibeli oleh konsumen, siapa saja yang membutuhkan, berapa yang dibutuhkan oleh konsumen serta mengapa konsumen memilih produk tersebut. Agar pelaku usaha dapat membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dalam kaitannya menghadapi persaingan yang ketat dengan *competitor* yang dapat memberikan *value* yang lebih besar kepada konsumen. Disinilah dibutuhkan seorang manajer pemasaran yang mempunyai pengetahuan tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang terus menerus, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.

Pada hakikatnya konsep pemasaran menekankan orientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh kegiatan pemasaran yang terpadu, yang ditujukan untuk keberhasilan mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian ada empat unsur pokok yang terdapat dalam konsep pemasaran, yaitu: orientasi pada konsumen (kebutuhan dan keinginan konsumen), kegiatan pemasaran yang terpadu, kepuasan konsumen/langganan, dan tujuan perusahaan jangka panjang (Sitorus & Utami, 2017). Dari deskripsi tersebut, maka sintesis pemasaran adalah

usaha terpadu untuk menggabungkan rencana-rencana strategis guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta untuk mempengaruhi konsumen agar tertarik untuk melakukan pembelian.

Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian (Dharmmesta, 2016). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan keputusan pembelian merupakan sebuah proses pengambilan keputusan yang diawali dengan pengenalan masalah kemudian mengevaluasinya dan memutuskan produk yang paling sesuai dengan kebutuhan.

Pengemasan produk merupakan salah satu faktor penting dalam proses manajemen pemasaran, pembungkusan dengan bahan pengemas yang sesuai untuk melindungi makanan dari produsen hingga sampai pada tangan konsumen dengan aman. Melalui kemasan, identifikasi produk menjadi lebih efektif dan mencegah pertukaran oleh produk pesaing. Kemasan merupakan salah satu cara perusahaan buat produknya berbeda dengan produk yang lain, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Karena itu kemasan harus dibuat menarik dan unik, dengan demikian diharapkan dapat memikat dan menarik perhatian konsumen (Sunyoto, 2014).

Harga merupakan salah faktor lain yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah satu dari empat bauran

pemasaran atau *marketing mix*. Harga menjadi salah satu penentu keberhasilan suatu perusahaan karena harga menentukan seberapa besar keuntungan yang akan diperoleh perusahaan dari penjualan produknya (Kotler Philip & Armstrong Gary, 2012). Menetapkan harga terlalu tinggi akan mengakibatkan penjualan akan menurun, namun jika harga terlalu rendah keuntungan yang diperoleh akan berkurang.

Faktor lain yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian adalah kualitas produk, Menurut (Tjiptono, 2012) kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk dapat ditentukan oleh sekumpulan kegunaan atau fungsinya, seperti terdapat daya tahan, ketergantungan pada produk, eksklusif, kenyamanan, dan wujud luar (warna, bentuk, pembungkus). Kualitas produk perusahaan harus dijaga dengan baik, karena semakin baik kualitas produk yang ada dalam suatu produk maka pelanggan akan semakin berminat untuk membeli bahkan membeli secara berulang terhadap produk hal tersebut dapat menjadi strategi perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu tentang keputusan pembelian yang memberikan hasil yang berbeda, (Supirman, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda”. Tujuan penelitian untuk mengetahui adanya pengaruh dari variabel Kelengkapan produk, harga dan lokasi secara parsial dan simultan

terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini variabel kelengkapan produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda, variabel harga dan lokasi secara parsial berpengaruh signifikan sedangkan kelengkapan produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.

Pengaruh inovasi produk, kreativitas produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”) (Kurniasari, 2018). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui kreativitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada kerajinan enceng gondok “AKAR”. Metode pengumpulan data menggunakan metode penelitian langsung dan kuesioner. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain adalah inovasi produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, kreativitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing, serta kualitas produk secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing.

Dari berbagai kalangan masyarakat saat ini banyak yang gemar dengan sambal pecel, khususnya masyarakat pulau Jawa. Sambal pecel digunakan untuk bumbu makanan yang dilengkapi dengan sayuran dan beberapa lauk tradisional seperti tempe, tahu, peyek, dan lauk lainnya. Cita rasa olahan pecel memang sudah terkenal sejak zaman dahulu dan bahkan untuk kenikmatannya sangat berbeda dengan olahan makanan lainnya. Olahan pecel masih sangat tradisional dengan cita rasa yang enak. UD. Sambal Pecel “KAROMAH” menjadi salah satu produsen sambal pecel yang memiliki jumlah pelanggan cukup banyak di Kediri, akan tetapi sistem penjualan yang masih monoton dengan hanya menunggu pesanan dari konsumen menyebabkan kurangnya jangkauan target pasar yang akan dicapai. Serta, pengetahuan produk dan *skill* komunikasi yang kurang luwes dalam menjelaskan atau melakukan pendekatan kepada calon pembeli menyebabkan turunnya minat untuk melakukan keputusan pembelian. Terlebih di era digital ini, penggunaan aplikasi media sosial seharusnya dapat membuat pengusaha lebih berinovasi. Inovasi tersebut tentu harus tetap dibarengi dengan strategi dan perencanaan yang matang agar dapat mempengaruhi calon konsumennya untuk membeli.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena tersebut, maka peneliti memilih judul **“Pengaruh Pengemasan Produk, Harga Produk, dan Kualitas Produk terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada UD. Sambal Pecel “KAROMAH” di Desa Jatirejo”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan pada paragraf sebelumnya, maka peneliti mengidentifikasi masalah – masalah yang ada pada sistem penjualan di UD. Sambel Pecel “KAROMAH” berdasarkan observasi awal yakni sebagai berikut :

1. Masyarakat lebih memilih produk sambal dengan kemasan yang menarik.
2. Masyarakat lebih memilih produk sambal dengan harga yang terjangkau.
3. Masyarakat lebih memilih produk sambal yang berkualitas.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah agar penelitian ini dapat terarah dan mendalam serta tidak terlalu luas jangkauannya maka dalam penelitian ini dibatasi dengan sebagai berikut :

1. Variabel yang akan diteliti adalah pengemasan produk, harga produk dan kualitas produk di UD. Sambel Pecel “KAROMAH”.
2. Objek yang akan diteliti yaitu konsumen yang melakukan pembelian di UD. Sambel Pecel “KAROMAH” pada tahun 2022.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah yang dikemukakan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengemasan produk secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen?
2. Apakah harga produk secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen?
3. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen?
4. Apakah pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh pengemasan produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Untuk menganalisis pengaruh pengemasan produk, harga produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran tentang seberapa besar pengaruh kreativitas pengemasan produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian konsumen pada UD. Sambel Pecel “KAROMAH” sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai produk dan mengetahui faktor yang paling mempengaruhi konsumen dalam keputusan.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kepuasan konsumen, serta diharapkan dapat digunakan untuk menguatkan teori tentang perilaku konsumen, khususnya tentang keputusan pembelian pada UD. Sambel Pecel “KAROMAH”.

DAFTAR PUSTAKA

- Agmasari, S. (2018). *Sejak Kapan Masyarakat Indonesia Mengonsumsi Sambal?*
Kompas.com. <https://travel.kompas.com>
- Agustin, S. (2021). Produk Pada Marketplace Tokopedia Studi Kasus Pada Mahasiswa di Surabaya. *E-Journal - Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, 15(1-4), 16.
- Dharmmesta, B. S. dan I. (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Herawati, H., & Muslikah, M. (2020). Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung. *Kinerja*, 2(01), 17-35.
- Kotler Philip & Amstrong Gary. (2012). *Dasar-Dasar emasaran* (9th ed.). Jakarta : Indeks.
- Kotler Philip & Amstrong Gary. (2018). *Prinsip- Prinsip Pemasaran* (1st ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kurniasari, R. D. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Kreativitas Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Produk Kerajinan Enceng Gondok “AKAR”). *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, 2(2).
- Sangadji, E. M. dan S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. ANDI.

- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1–309.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Dan R&D)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Supirman. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Eramart Sentosa Samarinda.. *E-Journal Administrasi Bisnis, Volume 4*.
- Suwarsito, H. M. &. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian* (T. Haryanto (ed.)). Purwokerto : UM Purwokerto Press.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Umami, R., Rizal, A., & Sumartik, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Warsu Coffe Cafe. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 15(2), 250.