

ANALISIS PENGARUH HARGA DISKON DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MINYAK GORENG DALAM KEMASAN

Martin Elisa¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga diskon dan kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk minyak goreng dalam kemasan. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 212 yang berada pada kawasan Rasuna Epicentrum. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel harga diskon dan kemasan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk minyak goreng dalam kemasan. Berdasarkan analisis korelasi, variabel kemasan merupakan variabel yang memiliki hubungan lebih kuat terhadap keputusan pembelian konsumen produk minyak goreng kemasan dibandingkan dengan variabel harga diskon. Berdasarkan uji secara simultan, variabel harga diskon dan kemasan memiliki pengaruh yang simultan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen minyak goreng dalam kemasan. Uji korelasi antara variabel harga diskon dan kemasan terhadap keputusan pembelian menunjukkan hubungan pada tingkatan sedang.

Kata kunci: *harga diskon, kemasan, keputusan pembelian*

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

ANALYSIS OF EFFECT OF PRICE DISCOUNTS AND PACKAGING ON CONSUMER PURCHASE DECISION OF THE COOKING OIL PRODUCT IN PACKAGING

Martin Elisa²

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of price discounts and packaging of consumer purchasing decisions on cooking oil in the packaging. This study uses primary data derived from the 212 respondent on the Epicentrum region. Data were collected through questionnaires using purposive sampling techniques. The results with a simple linear regression analysis showed that the variable pricing discount and packaging have a significant and positive influence on consumer purchase decisions in the cooking oil in packaging. Based on correlation analysis, the packages variable is a variable that packs a stronger relationship to the customers in purchasing decisions of cooking oil in packaging products compared with discount price variable. Based on this simultaneously test, variable discount rates and packages have a simultaneous influence and positive impact on consumer purchase decisions in containers of cooking oil. The result of correlation test between variables and packaging discount prices on purchase decisions shows the relationship at the level of being.

Keywords: *discount price, packages, purchase decision*

² Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie