

ANALISIS PENGARUH KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN RINGAN DALAM KEMASAN PADA KONSUMEN DI JAKARTA

Muhamad Adi Nugroho¹

ABSTRAK

Menejemen pemasaran, merupakan aset yang sangat vital didalam sebuah perusahaan disetiap industri. Tidak terkecuali di dalam industri minuman ringan dalam kemasan. Kinerja dari menejemen yang terdapat di dalam sebuah perusahaan akan menentukan pencapaiannya, baik dalam penjualan maupun bagi kelangsungan perusahaan dalam jangka panjang. Kemasan yang menjadi alat untuk melakukan pemasaran yang efektif sering dimanfaatkan oleh setiap perusahaan tanpa terkecuali perusahaan yang bergerak dalam industri minuman ringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kemasan (*Packaging*) terhadap keputusan pembelian minuman ringan dalam kemasan di Jakarta. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebar baik secara langsung maupun *online* kepada 150 responden yang dipilih berdasarkan teknik sampling *convenience sampling* yaitu *accidental sampling*. Sementara itu, pengujian dilakukan dengan menggunakan analisis regresi sederhana dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemasan (*packaging*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen minuman ringan dalam kemasan di Jakarta.

Kata kunci : Pemasaran, kemasan, keputusan pembelian.

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PACKAGING ON SOFT DRINK PURCHASE DECISION ON CONSUMER IN JAKARTA

Muhamad Adi Nugroho¹

ABSTRACT

Marketing Management, an asset that is vital in a company in every industry. Not least in the soft drink industry. Performance of management contained in a company will determine its achievements, both in sales as well as for the survival of the company in the long run. Packaging is a means to conduct effective marketing is often used by every company without exception company engaged in the soft drink industry. This study aims to determine the effect of variable packaging on purchase decisions of soft drinks in Jakarta. The survey was conducted using questionnaires distributed either in person or online to the 150 respondents were selected by convenience sampling is a sampling technique accidental sampling. Meanwhile, the testing is done by using simple and multiple regression analysis. The results showed that the variable packaging has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions in the packaging of soft drinks in Jakarta.

¹ Student of Universitas Bakrie, Management Major