

# **PENGARUH ELEMEN STRUKTURAL KEMASAN DAN HARGA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MINUMAN ISOTONIK**

Nanda Resmi Nur Rochmiati<sup>1</sup>

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh elemen kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian minuman isotonik di Jakarta. Penelitian ini menggunakan data primer yang berasal dari 261 responden yang pernah mengkonsumsi produk minuman isotonik. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian dengan analisis regresi linear sederhana dan berganda menunjukkan bahwa variabel elemen kemasan dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian minuman isotonik. Kemasan dan Harga memberikan kontribusi sebesar 30,7% dalam memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian minuman isotonik. Hasil penelitian dengan analisis keragaman menunjukkan pada variabel kemasan dan harga terdapat perbedaan keragaman dari kelompok pendidikan, usia, merek yang dibeli, intensitas pembelian, dan tempat pembelian.

Kata Kunci: Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian.

---

<sup>1</sup>Mahasiswa Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen

***THE EFFECT OF STRUCTURAL ELEMENT OF PACKAGING AND PRICE  
TOWARDS THE PURCHASE DECISION BY ISOTONIC WATER CONSUMER***

Nanda Resmi Nur Rochmiati<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*The purpose of this research is to examine the effect of packaging elements: price elements toward purchase decision of isotonic water. This research uses primary data from 261 respondents who had consumed isotonic water. The data were collected through questionnaires using purposive sampling technique. The results which were analyzed by using simple and multiple linear regression showed that packaging and price elements has positive and significant effect on purchase decision of isotonic water. Packaging and price contribute 30,7% on influencing purchase decision by isotonic water consumer. Based on the analysis of diversity, packaging and price show that there are differences in group of education, age, brand, intensity, and place.*

*Key words: packaging, price, purchase decision.*

---

<sup>2</sup> Student of Bakrie University, Management Major