

ABSTRAK

Semakin maraknya Perkembangan bisnis dalam bidang kuliner ini beriringan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dalam sekmen kuliner yang semakin meningkat, sehingga hal tersebut menyebabkan persaingan di dunia bisnis dalam bidang kuliner pun menjadi semakin ketat. Dimana setiap perusahaan harus meningkatkan tujuan yang lebih baik untuk memajukan perusahaannya yakni dengan bagaimana cara menumbuhkan konsumen yang puas atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan salah satunya adalah dengan cara memperhatikan dari atribut kemasan, dan promosi dari produk yang akan ditawarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh antara variabel atribut kemasan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Rocket Chicken Jombang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan data yang dihasilkan dari penyebaran kuisisioner pada konsumen Rocket Chicken Jombang sebanyak 97 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah menggunakan *accidental sampling* dengan teknik analisa regresi linier beganda yang diolah melalui software IBM SPSS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara persial bahwa atribut kemasan berpengaruh namun tidak signifika terhadap keputusan pembelian, sedangkan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan mendapatkan hasil bahwa variabel atribut kemasan dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun dari hasil uji koefisien determinasi mendapatkan nilai sebesar 27%. Manfaat dari penelitian ini adalah dapat memberikan gambaran atau informasi yang berguna serta menambah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan manajemen pemasaran melalui pendekatan teoritis, serta dapat dijadikan sebagai bahan penelitian selanjutnya.

Kata Kunci : Atribut Kemasan, Promosi, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Increasingly widespread business development in the culinary field is in line with the increasing wants and needs of consumers in the culinary sector, so that this causes competition in the business world in the culinary field to become increasingly tighter. Where each company must improve its goals for the betterment of its company, namely by how to grow consumers who are satisfied with the products offered by the company, one of which is by paying attention to the packaging attributes and promotion of the products to be offered. The purpose of this study was to analyze the effect of packaging and promotion attribute variables on purchasing decisions at Rocket Chicken Jombang.

This research is a quantitative study using data generated from distributing questionnaires to Rocket Chicken Jombang consumers as many as 97 respondents. The sampling technique used is accidental sampling with multiple linear regression analysis techniques processed through the IBM SPSS 24.0 software.

The results of this study indicate partially that the packaging attribute has an effect but not significantly on purchasing decisions, while promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, simultaneously get the results that the packaging and promotion attribute variables have a significant influence on purchasing decisions. The coefficient of determination test results obtained a value of 27%. The benefit of this research is that it can provide useful descriptions or information as well as increase knowledge, especially those related to marketing management through a theoretical approach, and can be used as material for further research.

Keywords: Packaging Attributes, Promotion, Purchase Decision.