

ABSTRACT

Indonesia's very strict economic growth is causing competition among SMES to increase. So that SMES are required to produce quality products. From 206 thousand number of MSME actors in Sidoarjo, there are SMES food and drink that are being loved by the community as one of their culinary business ventures. This research aims to determine the influence of packaging, taste, and promotion to the decision of purchasing products Talaso chips in UD. A. This research uses quantitative data. The population of this research is the consumer at UD. A. Sampling of research used by 112 people was taken with the spread of questionnaires then tested using SPSS 24 program. Data analysis is performed with multiple linear regression analyses. With a double linear regression method then the analysis stage includes a classical assumption test, the model test using test-F to explain the capabilities of the model by looking at the value of R Square, and test-T to test the hypothesis. The technique used in this study is Nonprobability Sampling i.e. incidental sampling. The results showed that packaging, taste, and promotion have significant and positive effect on the purchase decision of Talaso crisps products in UD. Tebel Makmur Sidoarjo and simultaneously packaging, taste, and promotion to the decision of purchasing products Talaso chips in UD. A.

Keywords: *packaging, taste, promotions, buying decisions*

ABSTRAK

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang sangat ketat menyebabkan persaingan diantara UMKM terus meningkat. Sehingga UMKM dituntut untuk menghasilkan produk yang berkualitas. Dari 206 ribu jumlah pelaku UMKM di Sidoarjo, terdapat UMKM makanan dan minuman yang sedang digandrungi masyarakat sebagai salah satu usaha bisnis kuliner mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kemasan, Cita Rasa, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk keripik Talaso di UD.Tebel Makmur Sidoarjo. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen di UD.Tebel Makmur Sidoarjo. Pengambilan sampel yang digunakan penelitian sebanyak 112 orang data diambil dengan penyebaran kuesioner kemudian diuji menggunakan program SPSS 24. Analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Dengan metode regresi linier ganda maka tahapan analisis meliputi uji asumsi klasik, uji model menggunakan Uji-F untuk menjelaskan kemampuan model dengan melihat nilai *R Square*, dan Uji-t untuk menguji hipotesis. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* yaitu *sampling insidental*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kemasan, Cita Rasa, dan Promosi berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Produk keripik Talaso di UD.Tebel Makmur Sidoarjo dan secara simultan Kemasan, Cita Rasa, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk keripik Talaso di UD.Tebel Makmur Sidoarjo.

Kata kunci: Kemasan, Cita Rasa, Promosi, Keputusan Pembelian