

ABSTRAK
Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap
(Studi Kasus Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia)

Di bawah bimbingan
 Bapak DrsPatar Marbun, MSi.Selaku Dosen Pembimbing I
 Ibu Eka Dewi Setia Tarigan, SE,MSi. Selaku Dosen Pembimbing II

Oleh:
 Nama: EKA PUTRA
 NPM: 10.832.0007

Banyaknya persaingan antara mie instan yang begitu tajam serta peluang pasar yang masih luas, banyak perusahaan berusaha menciptakan produk mie instan dengan berbagai kelebihan produk yang ditawarkan, baik dalam hal penetapan harga yang sesuai maupun keinovasian produk yang menarik sehingga para konsumen mudah mengenali produk yang mereka inginkan dan menentukan keputusan pembelian pada produk tersebut.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian Mie Sedaap di Kelurahan Cinta Damai Medan Helvetia. Dan yang menjadi populasinya adalah populasi dalam penelitian ini adalah konsumen mie sedaap di lingkungan VII kelurahan cinta damai yang berjumlah 2400 orang maka digunakan rumus slovin sampelnya menjadi 96 orang.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Penelitian Kepustakaan Penelitian Lapangan dengan cara Pengamatan, Wawancara, dan Kuesioner.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji Nilai F_{hitung} sebesar 77,418 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,18 dengan $sig_{0,000} < \alpha_{0,05}$, nilai t_{hitung} kemasan (X1) sebesar 2,395 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,669 dengan probabilitas t yakni $sig_{0,000}$ lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Dan nilai t_{hitung} harga (X2) sebesar 8,968 lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,669 dengan probabilitas t yakni $sig_{0,000}$ lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05, maka variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). nilai Adjusted R Square yang diperoleh sebesar 0,596. Untuk melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan cara menghitung koefisien determinasi ($KD = R^2 \times 100\%$), sehingga diperoleh $KD = 61,7\%$. Angka tersebut menunjukkan bahwa sebesar 61,7% keputusan pembelian (variabel terikat) dapat dijelaskan oleh variabel kemasan dan harga. Sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini

Kata kunci : Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian