

MOH GALIB BIMA. NPM : 91611404122063. **Pengaruh Kemasan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Citra.** Dibimbing oleh Bapak Holmes Rolandy K. dan Ibu Tabita R Matana.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kemasan Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Hand And Body Lotion* Citra. Adapun populasi yang digunakan adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2017 Universitas Sintuwu Maroso Poso. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan tehnik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 55 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut  $Y = 4,385 + 0,333X_1 + 0,494X_2$ . Berdasarkan analisis data statistik. Setiap indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yaitu uji T membuktikan bahwa variabel independen kemasan dan iklan mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Hand And Body Lotion* Citra. Nilai T hitung variabel kemasan 2.017 dengan signifikansi sebesar  $0,049 < 0,05$  dan Nilai T hitung variabel iklan 2.781 dengan signifikansi sebesar  $0,008 < 0,05$ . Hasil uji F menunjukkan bahwa kemasan dan iklan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F hitung sebesar 30.969 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Koefisien determinasi  $R^2$  yang diperoleh sebesar 0,544. Hal ini berarti 54% keputusan pembelian konsumen ditentukan oleh variabel kemasan dan iklan, sisanya yaitu 46% ditentukan oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kemasan, Iklan, Keputusan Pembelian



**MOH. GALIB BIMA**, NPM. 91611404122063. The Influence of Packaging and Advertising on Purchase Decision of Citra Hand and Body. Supervised by Holmes Rolandy K and Tabita R. Matana

### ABSTRACT

This study aims to find out The Influence of Packaging and Advertising on Purchase Decision of Citra Hand and Body. The population used is the Students of Economi Faculty in Sintuwu Maroso University on Academic Year 2017. The sampling technique was purposive sampling, the sample amounted to 55 respondents. The data collection technique was questionnaire.

Based on the research results, the regression equation is obtained as follows:  $Y = 385 + 0,33X_1 + 0,494X_2$ . Based on statistical data analysis, the indicators of this study are valid and the variables are reliable. The T test proves that the independent variables Packaging and Advertising have significant effect on purchasing decisions of Citra Hand and Body Lotion. The T value of the Packaging variable is 2,017 with a significance of  $0.049 > 0.05$  and the T value of the Advertising variable is 2,781 with a significance of  $0.008 > 0.05$ . The results of the F test show that the packaging and advertising simultaneously have a significant effect on purchasing decisions, with the calculated F value of 30,969, with a significance of  $0.000 > 0.05$ . The coefficient of determination  $R^2$  obtained by 0.544 or 54% of the purchase decision is determined by the variable Packaging and Advertising, the remaining 46% is determined by other variables.

Keywords: Packaging, Advertising, Purchase Decision