

ABSTRAK

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh kemasan produk, kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian produk teh botol sosro di Surabaya.

Sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu konsumen produk teh botol sosro yang telah melakukan pembelian produk teh botol sosro minimal dua kali dalam satu bulan dan bertempat tinggal di wilayah kota Surabaya dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Untuk pengolahan dan penganalisaan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software AMOS 16.0 sebagai software untuk mengolah data. Hasil analisis menunjukkan bahwa kemasan produk dan word of mouth memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kemasan produk memiliki pengaruh yang tinggi terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0.32. Berikutnya adalah word of mouth yang memiliki koefisien regresi sebesar 0.28. Variabel yang terakhir adalah kualitas produk dengan koefisien regresi sebesar 0.06

Kata kunci: kemasan produk, kualitas produk, word of mouth dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This thesis is made to understand the impact of product packaging, product quality and word of mouth toward purchase decision of teh botol sosro in Surabaya

The sample that is being used in thesis is the consumer that has ever bought teh botol sosro with minium twice a month and live in Surabaya and the number of respondents are 100 people. For analyzing data and summary in this thesis is by using structural equation modeling with the amos software version 16.0 . the result is showing that the product packaging and word of mouth gives positive and significant toward purchase decision, whereas product quality has positive impact but not significant toward purchase decision

This research indicates that variable of product packaging has very high impact toward purchase decision with the coefficient regression of 0.32. next, the variable of word of mout has coefficient regression of 0.28. lastly , the variable of product quality has coefficient regression of 0.06.

Keywords: Product packaging, product quality, word of mouth, and purchase decision