

## ABSTRAK

Dwi Safitri, Imelda. 2020. Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen UMKM Keripik Pisang Sri Rezeki Kota Metro). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) (1) H. Suryadi, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E., M.M.

Salah satu yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan pasar dalam industri makanan dan minuman adalah bisnis makanan ringan. Banyaknya keinginan masyarakat mengkonsumsi makanan ringan sehingga memberikan peluang bagi pengusaha untuk ikut serta ke dalam industri makanan ringan, salah satunya yang masuk ke dalam industri makanan ringan adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) Sri Rezeki.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu "Apakah kemasan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian". Dari permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui kemasan, harga dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumentasi dan kuesioner. Kemudian dalam analisa data menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang terkumpul kemudian dianalisis. Setelah data terkumpul, kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan spss.

Berdasarkan analisis data menggunakan spss, maka kesimpulan kemasan, harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada konsumen UMKM Keripik Pisang Sri Rezeki Kota Metro.

*Kata Kunci: , Harga, Kemasan, Keputusan Pembelian, Promosi,*