

ABSTRAK

PENGARUH HARGA DAN DESAIN KEMASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOPI ROBUSTA DI LAMPUNG BARAT

Oleh
I Kadek Supandiarse

Lampung Barat merupakan daerah kedua di Indonesia yang menghasilkan kopi untuk ekspor secara komersial pada awal abad 18. Kopi robusta dapat dikatakan sebagai komoditas ekspor unggulan karena mempunyai nilai ekonomis yang relatif tinggi dan penjualan produk yang tinggi di pasar dunia dan berperan penting sebagai sumber devisa negara. Salah satu faktor penting dalam penjualan produk kopi robusta adalah harga dan desain kemasan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan desain kemasan produk terhadap keputusan pembelian kopi robusta di Lampung Barat. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode *asosiatif* dengan menggunakan uji regresi linear berganda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Harga (X_1), Desain Kemasan Produk (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan kopi robusta Lampung Barat dengan sampel yang berjumlah 78 responden. Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *nonprobability sampling* dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yang dimana pengambilan sample berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti. Berdasarkan analisis data, diketahui nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,937 yang menunjukkan tingkat keeratan antara variabel tinggi. Sedangkan nilai koefisien determinan R^2 (R square) sebesar 0,879 menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan desain kemasan produk kopi robusta, sebesar 87,9% sedang sisanya 12,1% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. Serta saran dalam penelitian ini adalah agar dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan/konsumen agar daya saing minat beli konsumen semakin bertambah serta melakukan promosi seperti pilihan produk yang bermacam-macam dan promosi jumlah pembelian lebih dari beberapa kapasitas akan diberikan bonus atau diskon dari perusahaan.

Kata Kunci : *Harga, Desain Kemasan Produk Dan Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRICE AND PACKING DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF ROBUSTA COFFEE PRODUCTS IN WEST LAMPUNG

By
I Kadek Supandiarse

West Lampung is the second region in Indonesia that produces coffee for commercial export in the early 18th century. Robusta coffee can be said to be a leading export commodity because it has a relatively high economic value and high product sales in the world market and plays an important role as a source of foreign exchange for the country. One of the important factors in selling robusta coffee products is price and packaging design. The purpose of this study was to determine the effect of price and product packaging design on purchasing decisions for Robusta coffee in West Lampung. The research method used in this study used the associative method using multiple linear regression test. The variables used in this research are Price (X1), Product Packaging Design (X2) and Purchase Decision (Y). The population selected in this study were all customers of West Lampung Robusta coffee with a sample of 78 respondents. The sampling method used in this study is a non-probability sampling method using a purposive sampling technique in which the sampling is based on certain criteria that have been determined by the researcher. Based on data analysis, it is known that the correlation coefficient (R) is 0.937 which indicates the high level of closeness between the variables. While the value of the determinant coefficient of R² (R square) of 0.879 indicates that purchasing decisions are influenced by the price and packaging design of Robusta coffee products, amounting to 87.9% while the remaining 12.1% is influenced by other factors or variables. As well as suggestions in this study are in order to improve service to customers / consumers so that the competitiveness of consumer buying interest is increasing and carry out promotions such as various product choices and promotions for the number of purchases of more than some capacity will be given a bonus or discount from the company

Keywords: Price, Product Packaging Design and Purchase Decision