

**LAPORAN SKRIPSI**

**PENGARUH KEMASAN DAN *E-WOM* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXANDMIX**



**FELICIA VIRELLYA DONATA**

**20.D1.0023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2024**

**LAPORAN SKRIPSI**

**PENGARUH KEMASAN DAN *E-WOM* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXANDMIX**

**Diajukan dalam Rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar S.M**



**FELICIA VIRELLYA DONATA**

**20.D1.0023**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2024**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan *Electronic Word of Mouth* terhadap keputusan pembelian pada MixandMix. Penelitian ini menggunakan data primer dan kuesioner dalam mengumpulkan jawaban responden. Responden penelitian ini sebanyak 52 orang dengan syarat bahwa mereka pernah melakukan pembelian *snack* pada MixandMix melalui penjualan *online*. Teknik yang digunakan peneliti adalah analisis regresi linear berganda, uji hipotesis parsial (uji t), uji hipotesis simultan (uji f), dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Penelitian ini menunjukkan bahwa kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan *Electronic Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *snack* MixandMix.

Kata kunci : Kemasan, *E-WOM*, Keputusan Pembelian