

LAPORAN SKRIPSI

PENGARUH KEMASAN DAN E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MIXANDMIX



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 koefesien 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