

ABSTRACT

This research to know influence of Taste, Packaging, and Price to Decision of Pasta Tooth Buying in Jakarta. Sampling technique in this research is Purposive Sampling. This research was conducted on 113 respondents with quantitative descriptive approach and located in Jakarta. Therefore, the data analysis used is statistical analysis in the form of multiple linear regression test. The data is processed using SPSS version 20. The Results of analysis using SPSS showed that of the three hypotheses contained in the study there are two hypotheses that have a significant effect. The results of this study indicate that the Taste significant influences the Purchase Decision which has a value of $0.000 < 0.05$ and the price has a significant effect on the Purchase Decision which has a value of $0.000 < 0.05$. While one hypothesis that does not effect the Packaging does not significant effect the Purchase Decision with a value of $0.223 > 0.05$.

Keywords: *Taste, Packaging, Price, Purchase Decision*



ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Cita Rasa, Kemasan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi di Jakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu Purposive Sampling. Penelitian ini dilakukan terhadap 113 responden dengan pendekatan deskriptif kuantitatif dan berlokasi di Jakarta. Karena itu, analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk uji regresi linier berganda. Data diolah dengan menggunakan SPSS versi 20. Hasil analisis menggunakan SPSS menunjukkan bahwa dari tiga hipotesis yang terdapat dalam penelitian ada dua hipotesis yang berpengaruh signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Cita Rasa berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang memiliki nilai $0,000 < 0,05$ dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian yang memiliki nilai $0,000 < 0,05$. Sedangkan satu hipotesis yang tidak berpengaruh yaitu Kemasan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai $0,223 > 0,05$.

Kata kunci : Cita Rasa, Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian

