

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variable Harga, Cita Rasa, dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian pada produk Truly Choco. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden dengan menggunakan desain penelitian kausal. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan metode *purposive sampling* dan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Cita Rasa berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kemasan berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

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



ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of price, taste, and packaging variables on purchasing decisions. The population in this study are all consumers who buy Truly Choco products. The number of samples used was 100 respondents using a causal research design. This sampling technique uses purposive sampling method and hypothesis testing uses multiple linear regression analysis using SPSS 26. The results of this study state that Price has a positive and significant effect on Purchasing Decisions, Taste has a significant positive effect on Purchasing Decisions, Packaging has a significant positive effect on Decisions Purchase.

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

