

***Influence of Taste, Packaging Design, and Product Variations
on Beverage Purchase Decision
(Survey of Xi Bo Ba Consumers in Bandar Lampung)***

ABSTRACT

By: Lu'lu'un Ni'matul Mardiyah

NPM. 17411196

The influence of today's developments in the business world that continues to grow every year, by showing the number of food and beverage businesses that increase every year and continues to exist in meeting the needs and desires of consumers in meeting food needs every day and participating in increasing the national economic turnover. , then conducted a study to examine the effect on the variables of taste, packaging design, and product variations on purchasing decisions. The purpose of this study was to determine the effect of taste, packaging design, and product variations on purchasing decisions. This research focuses on consumers of Xi Bo Ba drinks in Bandar Lampung City. In this study, researchers used quantitative methods and research data was collected using an online questionnaire survey of 103 respondents in Bandar Lampung City. The data obtained were analyzed using multiple linear regression test. Based on the results of the study, it shows that there is an influence of taste on purchasing decisions. In addition, there is an influence of packaging design on consumer purchasing decisions. Finally, there are product variations which show that they have an influence on purchasing decisions.

Keywords: taste, packaging design, product variety, purchasing decisions

Pengaruh Cita Rasa, Desain Kemasan, dan Variasi Produk

terhadap Keputusan Pembelian Minuman

(Survei pada Konsumen Xi Bo Ba Bandar Lampung)

ABSTRAK

Oleh : Lu'lu'un Ni'matul Mardiyah

NPM. 17411196

Pengaruh perkembangan zaman saat ini dalam dunia bisnis yang terus berkembang setiap tahun, dengan menunjukkan angka bisnis makanan dan minuman yang setiap tahunnya meningkat dan terus eksis dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memenuhi kebutuhan pangan setiap harinya serta ikut meningkatkan perputaran ekonomi nasional .Melihat hal ini, maka dilakukan penelitian untuk mengkaji pengaruh pada variabel cita rasa, desain kemasan, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh cita rasa, desain kemasan, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini berfokus pada konsumen minuman Xi Bo Ba di Kota Bandar Lampung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dan data penelitian dikumpulkan menggunakan survei kuesioner online terhadap 103 responden di Kota Bandar Lampung. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan uji regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian. Selain itu terdapat pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Terakhir, terdapat variasi produk yang menunjukkan bahwa memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : cita rasa, desain kemasan, variasi produk, keputusan pembelian