

ABSTRAK

Apendi Hadiana (1188020025): "Pengaruh Promosi dan Kreativitas Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli".

Dampak perkembangan zaman sangat memengaruhi sektor bisnis di Indonesia, terutama dalam industri kuliner yang sedang booming dan menjadi pusat tren. Dalam era modern ini, pertumbuhan pesat bisnis kuliner didorong oleh inovasi dan strategi pemasaran unik dari para pengusaha. Kawasan Bandung Raya, terkenal sebagai penghasil Susu khususnya di wilayah utara seperti Kabupaten Bandung Barat yang merupakan produsen terbesar di Jawa Barat. Potensi ini dimanfaatkan dengan menciptakan produk kuliner baru, seperti Bolu Susu Lembang, yang memanfaatkan susu sapi sebagai bahan utama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial maupun simultan dari Promosi dan Kreativitas Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli. Dalam konteks industri makanan, khususnya produk kue seperti bolu susu, strategi pemasaran yang efektif dan kemasan yang menarik sangat penting untuk menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian.

Metode Penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang berdasarkan kriteria yang sudah peneliti tetapkan yaitu konsumen pernah atau sering membeli produk Bolu Susu Lembang Asli. Untuk menentukan jumlah sampel yang diteliti, menggunakan rumus slovin yaitu sebanyak 100 responden.

Dari hasil pengolahan data yang didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = 5,403 + 0,582X_1 + 0,559X_2$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli, dibuktikan dengan uji t dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $4,461 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Kreativitas Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli, dibuktikan dengan uji t dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,339 > 1,984$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Dan secara simultan Promosi dan Kreativitas Kemasan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Bolu Susu Lembang Asli dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $34,096 > 3,09$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 65,1 % dan sisanya 34,9% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan demikian, hubungan antar variable yang ada pada penelitian ini memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Kata kunci: Promosi, Kreativitas Kemasan, dan Keputusan Pembelian.