

ABSTRAK

Kerupuk Puli Cap Bawang merupakan produk kerupuk puli yang telah berkembang sejak tahun 2018 hingga sekarang, dengan peningkatan produktivitas penjualan yang cukup signifikan. Penelitian ini memiliki tujuan dalam mengetahui seberapa besar pengaruh kemasan, kualitas produk, dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang. Penelitian ini memanfaatkan metode kuantitatif dengan jenis data primer dan sekunder yang bersumber dari data internal dan eksternal. Populasi penelitian adalah konsumen yang telah membeli kerupuk puli cap bawang pada bulan Desember, Januari, dan Februari, berjumlah 173 konsumen. Sampel diambil menggunakan teknik Slovin diperoleh sebanyak 63 responden dengan metode *Purposive Sampling*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi linier berganda dan didapatkan hasil sebagai berikut: 1) kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang. 2) kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang. 3) *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk puli cap bawang di Kecamatan Lumajang. 4) Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,516 mengindikasikan variabel kemasan, kualitas produk, dan *word of mouth* terdapat pengaruh dengan keputusan pembelian sejumlah 51,6%. Sementara itu, sisanya, 48,4% dipengaruhi variabel lain lainnya yang tidak tercakup pada penelitian ini

Kata Kunci: Kemasan, Kualitas Produk, *Word Of Mouth* dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Kerupuk Puli Cap Bawang is a puli cracker product that has been developing since 2018 until now, with a significant increase in sales productivity. This study aims to determine how much influence packaging, product quality, and word of mouth have on purchasing decisions for puli cap onion crackers in Lumajang District. This research utilizes quantitative methods with primary and secondary data sourced from internal and external data. The study population is consumers who have purchased puli cap onion crackers in December, January, and February, totaling 173 consumers. The sample was taken using the Slovin technique obtained as many as 63 respondents using the Purposive Sampling method. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis techniques and the following results were obtained: 1) packaging has a significant effect on purchasing decisions for puli cap onion cracker products in Lumajang District. 2) product quality has a negative and significant effect on purchasing decisions for puli cap onion crackers in Lumajang District. 3) word of mouth has a significant effect on purchasing decisions for puli cap onion crackers products in Lumajang District. 4) The coefficient of determination (R^2) of 0.516 indicates that the variables of packaging, product quality, and word of mouth have an influence on purchasing decisions of 51.6%. Meanwhile, the remaining 48.4% is influenced by other variables not included in this research.

Keywords: *Packaging, Product Quality, Word Of Mouth and Purchasing Decisions*