

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan UD. Sinar Jaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas, pengemasan, pelabelan dan garansi terhadap keputusan pembelian kerupuk UD. Sinar Jaya. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 100 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas (0,230), pengemasan (0,285), pelabelan (0,262) dan garansi (0,190), semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dari uji F diperoleh hasil kualitas, pengemasan, pelabelan dan garansi, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dari uji t diperoleh hasil kualitas (0,001) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Uji pengemasan (0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan pelabelan (0,000) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta garansi (0,006), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci:** kualitas, pengemasan, pelabelan, garansi dan keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*This research was conducted on UD customers. Sinar Jaya. This study aims to determine the effect of quality, packaging, labeling and guarantee on the purchase decision of UD crackers. Sinar Jaya. In this study data were collected with tools in the form of observation, interviews and questionnaires to 100 respondents with purposive sampling technique, which aims to determine respondents' perceptions of each variable. The analysis used includes the data instrument test (validity test and reliability test), multiple linear regression analysis, the classic assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis testing (F test, t test, coefficient of determination). From the results of the analysis using regression it can be seen that the variables of quality (0.230), packaging (0.285), labeling (0.262) and guarantee (0.190), all have a positive effect on purchasing decisions. From the F test results obtained quality, packaging, labeling and warranty, all of which have a significant effect (0,000) simultaneously on purchasing decisions. From the t test results obtained quality (0.001) has a significant effect on purchasing decisions. Packaging test (0,000) has a significant effect on purchasing decisions. And labeling (0,000) has a significant effect on purchasing decisions. As well as the guarantee (0.006), all of them have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *quality, packaging, labeling, warranty and purchasing decisions*

