

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, KEMASAN, DAN CITA  
RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK  
KERIPIK UMKM AL-BARIK DI BANTUL YOGYAKARTA**

NEDY ARTHA ZOLANDA

NIM 141150307

Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
[Nedyartha12@gmail.com](mailto:Nedyartha12@gmail.com)

**Abstraksi**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada produk UMKM Al-Barik di Bantul Yogyakarta. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif dengan metode survey. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: responden yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk dari UMKM Al-Barik Bantul Yogyakarta minimal dua kali, serta sedang berada di lokasi penelitian yaitu di rumah produksi keripik UMKM Al-Barik (ketika sedang ada kunjungan), dan di wilayah Al-Barik berada (Desa Sidomulyo, Bambanglipuro, Bantul) dengan jumlah 125 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara simultan dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga, Kemasan, dan Cita Rasa secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM Al-Barik pada tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dan nilai R Square sebesar 0,631, artinya 63,1 % variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Kualitas Produk, Harga, Kemasan, dan Cita Rasa) dan sisanya yaitu 36,9 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Selanjutnya secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga, Kemasan, dan Cita Rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada produk UMKM Al-Barik di Bantul Yogyakarta.

**Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Kemasan, Cita Rasa, Keputusan Pembelian**