

**PENGARUH *WORD OF MOUTH*,
KEMASAN, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BOLU KELAPA GUMREGAH
(Produksi Kelompok Ekonomi Produktif (KEP) Desa Prima
Gumregah Kalurahan Putat Kapanewon Patuk Kabupaten
Gunungkidul)**

Naresthi Primasari

Pembimbing I : **Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si**

Pembimbing II : **Dr. Nina Fapari, S.E., M.Si.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak promosi dari mulut ke mulut, desain kemasan, persepsi harga, dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli Bolu Kelapa yang diproduksi oleh Kelompok Ekonomi Produktif (KEP) Desa PRIMA Gumregah di Kalurahan Putat, Kapanewon Patuk, Kabupaten Gunungkidul. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatori, mengumpulkan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada 96 responden yang telah menjadi konsumen Bolu Kelapa. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh faktor-faktor independen terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara individu maupun bersama-sama, promosi dari mulut ke mulut, kemasan, persepsi harga, dan kualitas produk memiliki dampak positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan wawasan bagi KEP Desa PRIMA Gumregah dalam meningkatkan strategi pemasaran guna memperkuat daya saing dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Kata Kunci: Promosi dari mulut ke mulut, kemasan, persepsi harga, kualitas produk, keputusan pembelian, UMKM, Bolu Kelapa.

**THE INFLUENCE OF WORD OF MOUTH, PACKAGING,
PRICE PERCEPTION AND PRODUCT QUALITY
ON PURCHASING DECISIONS FOR
BOLU KELAPA GUMREGAH**

(Produced by Kelompok Ekonomi Produktif (KEP) Desa Prima
Gumregah Putat Village, Patuk District, Gunungkidul Regency)

Naresthi Primasari

Supervisor I : **Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si**

Supervisor II : **Dr. Nina Fapari, S.E., M.Si.**

ABSTRACT

This study aims to explore the impact of word of mouth, packaging design, price perception, and product quality on consumer decisions in purchasing Bolu Kelapa Gumregah produced by Kelompok Ekonomi Produktif (KEP) Desa Prima Gumregah Putat Village, Patuk District, Gunungkidul Regency. This study uses a quantitative method with an explanatory approach, collecting data through questionnaires distributed to 96 respondents who have become consumers of Bolu Kelapa Gumregah. The sampling technique used is purposive sampling. Data were analyzed using multiple linear regression to test the influence of independent factors on purchasing decisions. The results of the study indicate that both individually and together, word of mouth, packaging, price perception, and product quality have a positive and significant impact on purchasing decisions. These findings provide insight for KEP Desa PRIMA Gumregah in improving marketing strategies to strengthen competitiveness and increase sales of their products.

Keywords: Word of mouth, packaging, price perception, product quality, purchasing decisions, MSMEs, Bolu Kelapa.