

**Judul Penelitian** : Pengaruh Promosi, Kemasan dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Tahu Taqwa di UD. Djawa Mandiri Kediri  
**Dosen Pembimbing** : (1) Bayu Pramutoko,SE,MM.  
(2) Kukuh Harianto,SE,MM.  
**Nama Mahasiswa** : Eko Nur Cahyono – NPM 15130210400

### Abstraksi

Pertumbuhan yang pesat dalam industri Tahu Taqwa, seiring dengan munculnya berbagai merek Tahu Taqwa yang beredar di Kediri menyebabkan persaingan yang semakin ketat diantara para produsen. Penelitian ini dilatar belakangi oleh persaingan dunia usaha di bidang produksi Tahu Taqwa yang semakin marak, dengan banyaknya usaha tahu taqwa lain bermunculan. Hal tersebut akan mendorong setiap pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi, kemasan dan harga produk terhadap keputusan pembelian Tahu Taqwa di UD. Djawa Mandiri Kediri. kemudian dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif yaitu data yang digunakan adalah data primer dan sekunder yang diperoleh melalui studi pengamatan, wawancara dan kuesioner yang pengukurannya menggunakan skala Likert. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Responden yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 100 responden sebagai sampel, metode yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *accidental sampling*. Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda menggunakan *software SPSS* versi 16.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa promosi, kemasan, dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil uji secara parsial kualitas promosi, kemasan, dan harga produk berpengaruh signifikan, tetapi harga produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci** : Promosi, Kemasan, dan Harga Produk, Keputusan Pembelian