

**PENGARUH KEMASAN, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN BAKPIA PATHOK 694
YOGYAKARTA, D.I. YOGYAKARTA**

Oleh:

**Lia Mardianti¹, Iman Sabarisman² Lia Mardianti¹, Iman Sabarisman², Atris
Suyantohadi³, Diklusari Isnarosi Norsita⁴**

ABSTRAK

Produk oleh-oleh di Yogyakarta sangat beragam, salah satunya yaitu Bakpia Pathok 694 yang menjadi objek dalam penelitian ini. Dalam proses bisnis ini untuk menarik minat beli faktor kemasan menjadi hal yang paling utama untuk diperhatikan, selain itu citra merek dari perusahaan yang diberikan atas produk yang dihasilkan juga diperlukan reputasi yang baik, serta dari segi kualitas produk yang dihasilkan, agar konsumen tertarik untuk membeli produk Bakpia Pathok 694. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan, citra merek dan kualitas produk pada minat beli dengan menggunakan uji regresi linear berganda.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan metode skala likert. Populasi penelitian ini adalah pengunjung Bakpia Pathok 694 dengan Subjek 100 sampel. Alur penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner, merekap data, melakukan uji validitas data, uji reliabilitas data, uji keseragaman data, uji linieritas, uji normalitas data, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji F, uji t, analisis regresi linear berganda dan uji koefisien determinasi Adjusted R Square. Berdasarkan hasil regresi didapat persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 5.865 + 0.347 X_1 + 0.119X_2 + 0.091X_3$. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa daya beli paling besar dari variabel kemasan. Hasil uji Adjusted R Square menunjukkan bahwa 29,4% minat beli dipengaruhi oleh variabel kemasan, 12,7% oleh citra merek dan 8% oleh variabel kualitas produk.

Kata kunci: bakpia pathok 694, kemasan, minat beli, regresi linear berganda

EFFECT OF PACKAGING, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON BUYING INTEREST OF BAKPIA PATHOK 694 YOGYAKARTA, D.I. YOGYAKARTA

By:

Lia Mardianti¹, Iman Sabarisman², Atris Suyantohadi³, Diklusari Isnarosi

Norsita⁴

ABSTRACT

Souvenir products in Yogyakarta are very diverse. One of which is Bakpia Pathok 694 which was the object of this research. In this business process to attract the interest in buying packaging factors become the most important thing to note, besides that the brand image of the company provided for the products produced also requires a good reputation, as well as in terms of the quality of the products produced, so consumers are interested in buying products Bakpia Pathok 694. This study aims to determine the effect of packaging, brand image and product quality on buying interest using multiple linear regression tests.

Data collection in this study used a questionnaire with a Likert scale method. The study population was visitors to Bakpia Pathok 694 with 100 sample subjects. The flow of research is carried out by distributing questionnaires, recapitulating data, conducting data validity tests, data reliability tests, data uniformity tests, linearity tests, data normality tests, multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, F tests, F tests, t tests, multiple linear regression analysis and coefficient of determination tests Adjusted R Square. Based on the regression results obtained by the multiple linear regression equation is $Y = 5.865 + 0.347 X_1 + 0.119X_2 + 0.091X_3$. The results of multiple linear regression tests indicate that the greatest purchasing power of the packaging variable. The Adjusted R Square test results show that 29.4% of buying interest is influenced by the packaging variable, 12.7% by the brand image variable and 8% by the product quality variable.

Keywords: bakpia pathok 694, buying interest, multiple linear regression, packaging