**PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAKANAN TRADISIONAL CHRISTINE HAKIM DI KOTA PADANG**

**(Studi Kasus Konsumen Yang Berbelanja di Christine Hakim Kota Padang)**

**Uci Delfisia1, Irda SE. M.A 1, Lindawati SE. M. Si2**

**Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta**

**Email:** **Ucidelfisia.aaf@gmail.com**

**Email:** **Irda1987@yahoo.com**

**Email:** **10011nda@yahoo.co.id**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Tradisional Christine Hakim di Kota Padang. Variabel Kemasan terbatas pada elemen struktur, karena unsur-unsur ini kurang diperhatikan oleh penelitian sebelumnya. Data diperoleh dari 60 konsumen Christine Hakim di Kota Padang, dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Kuesioner dikembangkan berdasarkan instrumen penelitian dari penelitian terdahulu. Penelitian ini menggunakan non probability sampling. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Kemasan dan Harga Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian . efek Kemasannya pun lebih besar daripada Harga produk. Hasilnya juga menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang positif dan signifikan dalam varian Keputusan Kemasan, Harga, dan Pembelian berdasarkan kelompok Jenis Kelamin, Umur, dan Pekerjaan .

***Kata Kunci: Kemasan, Harga, Keputusan Pembelian***

**THE EFFECT OF PACKAGING AND PRICE ON THE DECISION OF PURCHASING TRADITIONAL CHRISTINE HAKIM FOOD IN THE CITY OF PADANG**

**( Consumer Case Studies Are Shopping at Christine Hakim Padang City)**

**Uci Delfisia1, Irda SE. M.A 1, Lindawati SE. M. Si2**

**Management Major of Economic Faculty, Bung Hatta University**

**Email:** **Ucidelfisia.aaf@gmail.com**

**Email:** **Irda1987@yahoo.com**

**Email:** **10011nda@yahoo.co.id**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of packaging and prices on purchasing decisions of traditional food Christine Hakim in the city of Padang. The packaging variable are limited to structural elements, since these elements are underestimed by provious research. Data obtained from 60 consumers Christine Hakim in the city of padang. Using a structured questionnaire. The questionnaire was developed based on research instrument from previous research. This research uses non probability sampling. Regression result indicate that packaging and prices have a positive and significant effect on purchasing decisions. The packaging effect is greater than the price of the product. The result also show that there are positive and significant differences in packaging, price and purchase decision variants gender, age education, and occupation.*

***Keywords: Packaging, Price, Purchase Decision***