

ABSTRAK

Meningkatnya perkembangan di bidang makanan dan minuman terus menerus membuat perusahaan dituntut untuk menjaga kualitas produk dan berinovasi agar dapat menarik perhatian konsumen hingga dapat bersaing dengan banyaknya kompetitor yang ada, khususnya pada penelitian ini adalah Mangkok Nusantara merupakan sebuah bisnis makanan yang memproduksi makanan khas Indonesia namun menggunakan konsep yang praktis berdiri pada tahun 2018, terdapat fenomena dalam menghadapi permasalahan terkait dengan penjualan yang tidak stabil dan omzet yang tidak pernah memenuhi target sehingga menyebabkan penurunan pada Mangkok nusantara, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas produk, kemasan dan persepsi manfaat terhadap keputusan pembelian konsumen Mangkok Nusantara. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan sampel penelitian sebanyak 50 responden yang dipilih dengan metode teknik *sampling* jenuh. Pengumpulan data dilakukan dengan analisis Partial Least Square(PLS). Hasil penelitian ini yaitu kualitas produk, kemasan dan persepsi manfaat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kemasan, Persepsi Manfaat dan Keputusan Pembelian.

