

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh Implementasi *Packaging* Coca Cola terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan penggunaan skala likert sebagai pengukuran. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengonsumsi produk Coca Cola dengan penelitian yaitu 385 responden. Teknik penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan bantuan *SPSS 22 For Windows*. Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan menunjukkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh untuk variabel *Green Packaging*, *Packaging Material*, *Packaging Color*, dan *Packaging Form* terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Green Packaging* memiliki nilai 6.156 (t_o) > 1,966 (t_α) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen; *Packaging Material* memiliki nilai 9.455 (t_o) > 1,966 (t_α) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen; *Packaging Color* memiliki nilai 4.904 (t_o) > 1,966 (t_α) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen; dan *Packaging Form* memiliki nilai 3.119 (t_o) > 1,966 (t_α) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Kesimpulan penelitian ini yaitu variabel *Green Packaging*, *Packaging Material*, *Packaging Color*, dan *Packaging Form* memberikan pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sebesar 65,4% dan sisanya 34,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kemasan Hijau, Material Kemasan, Warna Kemasan, Bentuk Kemasan, Keputusan Pembelian Konsumen