

**ABSTRAK****M. Syamsul Haq Fardian (1950210136) Pengaruh *Product Knowledge*, Kemasan, Dan *Brand Image* Terhadap keputusan Pembelian Susu Indomilk (Studi Kasus Konsumen Susu Indomilk Di Kecamatan Kota Kudus)**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *product knowledge*, kemasan, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian susu Indomilk pada konsumen susu Indomilk di Kecamatan Kota Kudus secara parsial maupun simultan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan Kuantitatif. Data primer penelitian ini yakni melalui pengumpulan data dengan metode angket (kuesioner) melalui google form pada konsumen susu Indomilk di Kecamatan Kota Kudus dengan jumlah sampel 97 responden menggunakan teknik *non-probability sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan program IBM SPSS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *product knowledge* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Indomilk, dibuktikan dengan perolehan t hitung dan t tabel ( $2,385 > 1,6614$ ) dengan signifikansi sebesar ( $0,019 < 0,05$ ). Variabel Kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Indomilk. Dibuktikan dengan perolehan nilai t hitung dan t tabel sebesar ( $2,815 > 1,6614$ ) dengan signifikansi ( $0,006 < 0,05$ ). Variabel *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian susu Indomilk. Dibuktikan dengan nilai t hitung dan t tabel ( $2,858 > 1,6614$ ) dengan nilai signifikansi ( $0,005 < 0,05$ ). Secara simultan *product knowledge*, kemasan, dan *brand image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian susu Indomilk. Dibuktikan dengan hasil Uji F hitung dan F tabel ( $16,428 > 2,70$ ) dengan nilai signifikansi sebesar ( $0,00 < 0,05$ ).

**Kata Kunci :** *Product knowledge*, kemasan, *brand image*, keputusan pembelian, Indomilk