

ABSTRAK

**PENGARUH SIKAP DAN PERLUASAN MEREK (*BRAND EXTENSION*)
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada Mahasiswi S1 Reguler Fakultas Ekonomi Universitas Lampung
Pengguna Produk Perawatan Kulit Citra)**

Oleh

Sulistiana

Beberapa produk perawatan kulit telah bermunculan mengikuti perkembangan zaman sesuai dengan kebutuhan. Konsumen akan mulai melihat merek mana yang mampu memenuhi kebutuhan dan akan memilih produk yang benar-benar dapat memberi manfaat. Salah satu produk perawatan kulit yang sangat diminati pemakai yaitu Citra. Citra telah mengeluarkan beberapa macam varian yang disesuaikan dengan kegunaan dan cara kerja yang berbeda bagi konsumen.

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah adanya persaingan yang ditandai dengan ketidakstabilan yang dialami oleh produk Citra pada tahun 2009, karena mengalami penurunan persentase dari tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2008 sebesar 48,4% menjadi 45,7%. Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah sikap dan perluasan merek yang dilakukan oleh produk perawatan kulit Citra mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perluasan merek dan sikap konsumen untuk

melakukan pembelian produk Citra sehingga perusahaan dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Hipotesis dalam penelitian ini adalah Sikap dan perluasan merek berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian Produk Perawatan Kulit Citra.

Data diperoleh dari penyebaran kuisioner dengan metode *Nonprobability Sampling*, yaitu *Purposive Sampling* kepada 90 responden pengguna produk perawatan kulit Citra di Fakultas Ekonomi Universitas Lampung. Alat analisis yang digunakan yaitu regresi Linier Berganda, variabel x (sikap dan perluasan merek) berperan dalam mempengaruhi setiap penambahan variabel y (keputusan pembelian) sebesar 31.6% dan hasil perhitungan linier berganda menunjukkan tingkat signifikansi pada setiap variabel sebesar 0.001 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari 0.05 yang berarti bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima, yakni sikap dan perluasan merek berpengaruh terhadap perilaku konsumen untuk melakukan pembelian.

Saran yang diberikan adalah sebaiknya perusahaan terus melakukan inovasi, promosi yang aktif melalui iklan yang efektif yaitu melalui televisi, dan slogan yang menarik serta meningkatkan publisitas melalui kegiatan atau *event-event* tertentu, meningkatkan kualitas di setiap varian produk. Hal tersebut dilakukan agar para konsumen tertarik dan melakukan pembelian produk Citra, dan lebih mengerti keinginan berperilaku konsumen, emosi konsumen, mempertahankan kepercayaan konsumen, dan meningkatkan keterlibatan seseorang pada situasi pembelian.