

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK PIXY (Studia Pada Pengguna Di Bandar Lampung)

Oleh

Melda Suryani

Perkembangan industri perawatan tubuh dan kosmetik yang semakin kompetitif, keinginan untuk menggunakan produk kosmetik telah memicu persaingan. Saat ini, berbagai jenis produk beredar di pasaran, baik yang diproduksi di dalam negeri maupun di luar negeri. Keberagaman produk kosmetik yang beredar di pasaran jelas akan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk kosmetik yang sesuai dengan kulitnya, dan tidak ada risiko atau efek berbahaya bagi kesehatan kulit. Kondisi pasar yang semakin kompetitif ini membuat produsen berlomba-lomba dalam menciptakan produk yang paling diminati oleh konsumen dan harus lebih kreatif dalam membaca keinginan dan kebutuhan pasar. Salah satu merek kosmetik terpopuler berdasarkan data Top Brand Index adalah Pixy. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil jawaban responden yang dikumpulkan dengan bantuan kuesioner. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 170 responden. Metode pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu suatu teknik untuk menentukan sampel dengan kriteria yang sesuai yang ditentukan oleh peneliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, tahap analisis menggunakan regresi linier berganda, uji hipotesis yaitu t dan uji F dengan bantuan program aplikasi IBM SPSS 26 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek, Harga dan Desain Kemasan Kosmetik Merek Pixy di Bandar Lampung berpengaruh positif terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Desain Kemasan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRICE AND PACKAGING DESIGN ON PURCHASE DECISIONS FOR PIXY BRAND COSMETICS (Study on Users in Bandar Lampung)

By

Melda Suryani

The development of the increasingly competitive body care and cosmetics industry In the increasingly competitive body care and cosmetic industry, the desire to use cosmetic products has fueled competition. Currently, various types of products are circulating in the market, both those produced domestically and abroad. The diversity of cosmetic products circulating in the market will clearly influence consumer decisions in choosing cosmetic products that are suitable for their skin, and there is no risk or harmful effect on skin health. This increasingly competitive market condition makes producers compete in creating products that are most in demand by consumers and must be more creative in reading market wants and needs.. One of the most popular cosmetic brands based on Top Brand Index data is Pixy. The data used in this study is primary data obtained from the results of respondents' answers which were collected with the help of a questionnaire. The number of samples in this study were 170 respondents. The sampling method used purposive sampling, which is a technique to determine the sample with the appropriate criteria determined by the researcher. The analytical method used in this research is validity test, reliability test, analysis stage using multiple linear regression, hypothesis test, t test, F test with the help of the IBM SPSS 26 application program for windows. The results of this study indicate that the variables of Brand Image, Price and Packaging Design have a positive effect on the Purchase Decision Variable

Keywords: Brand Image, Price, Packaging Design, Purchase Decision