

ABSTRAK

ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP PILIHAN MEREK KRIM PEMUTIH WAJAH

Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

**THERESIA RINI STIANI
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2005**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap merek krim pemutih wajah, dilihat dari variabel-variabel kemasan yang terdiri dari warna, label, logo, ukuran, bentuk dan bahan.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 100 mahasiswi yang berada di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan diantaranya.

1. Analisis Regresi Sederhana. Analisis ini untuk mengetahui hubungan antara warna kemasan, label, logo, ukuran kemasan, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap pilihan merek.
2. Analisis Regresi Berganda. Analisis ini untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara warna kemasan, label, logo, ukuran kemasan, bentuk kemasan dan bahan kemasan terhadap pilihan merek pilihan merek.
3. Analisis Prioritas Kepentingan. Analisis ini untuk mengetahui variabel mana yang menjadi prioritas utama konsumen dalam melakukan pilihan merek.

Hasil penelitian menunjukan bahwa 1)terdapat 59 responden yang menggunakan krim pemutih merek Ponds dan 32 responden dengan merek Hazeline; 2)terdapat hubungan yang positif antara masing-masing variabel dan pilihan merek; 3)terdapat hubungan yang kuat dan signifikan secara bersama-sama antara variabel dan pilihan merek; 4)Variabel label menjadi prioritas utama konsumen dalam keputusan pemilihan merek

ABSTRACT

ANALYSIS ON CONSUMERS' ATTITUDE TOWARDS BRAND CHOICE OF FACE WHITENING CREAMS A Case Study on Students of Sanata Dharma University Yogyakarta

**THERESIA RINI STIANI
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2005**

The aim of this research was to know how consumers' attitude towards the brand of face whitening creams, regarded from package variables that consisted of color, label, logo, measurement, form and package material.

Data was collected by questionnaire. The questionnaire was distributed to 100 Students of Sanata Dharma University. The data analysis techniques used were:

1. Linear Regression Analysis. This analysis was to know the relationship between color, label, logo, measurement, form and package material individually and the brand choice.
2. Multiple Linear Regression Analysis. This analysis was to know the relationship color, label, logo, measurement, form and package material simultaneously and between brand choice.
3. Priority of Interest Analysis. This analysis was to determine which variable was the most important for the consumer in choosing s brand.

The research showed that 1) there were 59 respondents who used Ponds whitening cream and 32 respondents who used Hazeline whitening cream; 2) there was a positive relationship between the variabels individually and brand choice; 3) there was a strong and significant relationship between the variables simultaneously and brand choice; 4) label was the most important variable in consumers' brand choice decision.