

ABSTRAK

Pengaruh Kemasan, Merek dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Shampo Clear Universitas Negeri Yogyakarta

**Bagas Dirgantara
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui : 1). Pengaruh secara simultan kemasan, merek dan harga terhadap loyalitas konsumen shampo, 2). Pengaruh secara parsial kemasan, merek dan harga terhadap loyalitas konsumen shampo.

Penelitian ini adalah studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi, Universitas Negeri Yogyakarta yang pernah menggunakan shampo Clear, yang diteliti sebanyak 100 responden. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Teknik analisis data untuk menguji hipotesis yang pertama menggunakan korelasi *Product Moment* dan hipotesis yang kedua menggunakan regresi berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa:, 1). Ada pengaruh secara simultan antara kemasan, merek dan harga terhadap loyalitas konsumen, 2). Tidak ada pengaruh secara parsial antara kemasan, merek dan harga terhadap loyalitas konsumen.

ABSTRACT

The Influence of Packaging, Brand and Price on Consumer Loyalty A Case Study on Users of Shampoo Clear Yogyakarta State University

**Bagas Dirgantara
Sanata Dharma
Yogyakarta
2011**

The purpose of this study is to determine: 1). Simultaneous influence of packaging, brand and price on consumer loyalty, 2). Partial influence of packaging, brand and price on consumer loyalty. This research is a case study on students of the Faculty of Social and Economic Sciences, State University of Yogyakarta. Technique of data collecting is done by distributing questionnaires to the respondents. The population of this study were students of Faculty of Social and Economic Sciences, State University of Yogyakarta who used shampoo Clear, as many as 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis techniques to test the hypothesis use product moment correlation and multiple regression. The results of data analysis showed that: 1). There was a simultaneous influence of packaging, brand and price on consumer loyalty, 2). There was no partial influence of packaging, brand and price on consumer loyalty.