

ABSTRAK**ANALISIS PENGARUH KEMASAN DAN CITRA MEREK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN**

(Studi Kasus Pada *The Body Shop* di Pulau Jawa)

Ayuthia Putri Maharani

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta 2018

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan dan citra merek *The Body Shop* terhadap minat beli konsumen di Pulau Jawa. Data diperoleh dengan kuesioner yang disebar secara *online* melalui *google form*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 180 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling* karena populasi tidak diketahui. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi berganda, uji f (simultan), dan uji t (parsial).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kemasan dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen *The Body Shop* di Pulau Jawa, (2) kemasan tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen *The Body Shop* di Pulau Jawa, (3) citra merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen *The Body Shop* di Pulau Jawa. Implikasi dari penelitian ini, untuk mengembangkan citra merek *The Body Shop* yaitu dengan mengembangkan keunikan dari *The Body Shop* sehingga pesaing tidak dapat memuaskan keinginan konsumen dan konsumen menjadi loyal terhadap merek *The Body Shop*.

Kata kunci: Kemasan, Citra merek, Minat beli

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PACKAGING AND BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING INTEREST

A Case Study at The Body Shop on Island of Java

Ayuthia Putri Maharani
Sanata Dharma University
Yogyakarta 2018

The purpose of this research was to find out the influence of packaging and brand image of The Body Shop toward consumer interest buying in Java. The data was obtained using online questionnaire distributed through google form. The research obtained 180 responses chosen by nonprobability sampling method. The analysis's method used for the testing hypothesis are multivariate regression, f-test (simultaneous) and t-test (partial).

The result of this research shows that (1) packaging and brand image together influenced the consumer buying interest of The Body Shop in Java Island, (2) packaging had no influence on consumer buying interest of The Body Shop in Java Island, (3) brand image had an influence on consumer buying interest of The Body Shop in Java Island. The implication of this research is to develop brand image of The Body Shop which develop the uniqueness of The Body Shop with the result that competitor will not be able to satisfy consumer's desire and consumer become loyal to The Body Shop brand.

Keywords: Package, Brand Image, Interest Buying