

## ABSTRAK

### **ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN PRODUK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN :**

**Studi Produk Nature Republic Pada Mahasiswa Di Kota Yogyakarta**

Irene Ervinia Paskasya  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari citra merek, desain produk dan kesadaran merek terhadap minat beli komsumen pada produk Nature Republic, pada mahasiswa yang ada di Kota Yogyakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasinya adalah mahasiswa yang ada di Kota Yogyakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengujian instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Sumber datanya adalah data primer dan data sekunder. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan analisis linier berganda. Dalam mengolah data penelitian ini menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian ini adalah variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, variabel desain produk berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen, dan variabel kesadaran merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen produk Nature Republic.

Kata kunci : citra merek, desain produk, kesadaran merek dan minat beli konsumen.

## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT DESIGN AND BRAND AWARENESS TOWARDS CUSTOMER PURCHASE INTEREST:

#### **Study of Nature Republic Products for Students in Yogyakarta City**

Irene Ervinia Paskasya  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2021

This research aims to determine the influence of brand image, product design and brand awareness on consumer purchase interest in Nature Republic products among students in Yogyakarta. This type of research is quantitative research. The population in this study were students in the city of Yogyakarta with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used was *purposive sampling*. The instrument testing technique used was the validity test and the reliability test. Data sources are primary data and secondary data. The data analysis technique in this research is using descriptive analysis, classical assumption test, and multiple linear analysis. The study used SPSS 23 for analysing the data. The results of this study are the variable brand image had a positive influence on consumer purchase interest, product design variables had a positive influence on consumer purchase interest, and brand awareness variables had a positive influence on consumer purchase interest in Nature Republic products.

Keywords: brand image, product design, brand awareness and consumer purchase intention.