

**ABSTRAK**

**PERAN MEDIASI MEREK, DESAIN KEMASAN DAN KUALITAS PRODUK  
PADA PENGARUH USIA TERHADAP MINAT BELI**

Studi Kasus pada Calon Konsumen Kosmetik Emina di Yogyakarta

Prisca Widya Perwitosari

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh usia terhadap minat beli, 2) peran merek, desain kemasan dan kualitas produk dalam memediasi pengaruh usia terhadap minat beli pada produk kosmetik Emina. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* menggunakan aplikasi WarpPLS 5.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) usia tidak berpengaruh terhadap minat beli, 2) merek dan kualitas produk memediasi pengaruh usia terhadap minat beli serta desain kemasan tidak memediasi pengaruh usia terhadap minat beli.

Kata Kunci: Usia, Merek, Desain Kemasan, Kualitas Produk dan Minat Beli.

**ABSTRACT**

**THE ROLE OF BRAND, PACKAGING DESIGN AND PRODUCT QUALITY  
IN MEDIATING THE INFLUENCE OF THE AGE TOWARD PURCHASE  
INTENTION**

Case Study on Potential Customers Emina Cosmetics in Yogyakarta

Prisca Widya Perwitosari

Sanata Dharma University

Yogyakarta

2021

The aim of this study is to find out whether: 1) age influences purchase intention, 2) brand, packaging design and product quality mediates the influence of the age towards purchase intention in Emina cosmetics products. This study used purposive sampling as sampling techniques. The data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. The data was analysed by Partial Least Square using the WarpPLS 5.0 application. The result of this study showed that: 1) age did not influence purchase intention, 2) brand and product quality mediated the influence of age on purchase intention, and packaging design did not mediate the influence of age on purchase intention.

Keywords: Age, Brand, Packaging Design, Product Quality, Purchase Intention.