

ABSTRAK

**PENGARUH BRAND IMAGE, HARGA DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN
PRODUK SCARLET WHITENING**

Studi pada Mahasiswi S1 Universitas Sanata Dharma

Marlis Aemelia

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2023

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand image*, harga, dan desain kemasan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen produk *Scarlet Whitening*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi S1 Universitas Sanata Dharma yang sudah membeli dan memakai produk *Scarlet Whitening*. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan membagikan kuesioner kepada 96 responden. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji F dan uji t dengan menggunakan program aplikasi *Software SPSS Statistics 23.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *brand image*, harga dan desain kemasan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk *Scarlet Whitening*, 2) *brand image* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk *Scarlet Whitening*, 3) harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen produk *Scarlet Whitening*, 4) desain kemasan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada produk *Scarlet Whitening*.

Kata kunci: *brand image*, harga, desain kemasan, kepuasan konsumen

ABSTRACT

**THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE AND PACKAGING DESIGN ON
CUSTOMER SATISFACTION OF SCARLET WHITENING PRODUCTS**

Study at Sanata Dharma University Undergraduate Students

Marlis Aemelia
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2023

This study aims to determine the effect of brand image, price and packaging design simultaneously and partially on consumer satisfaction of Scarlet Whitening products. The population in this study were undergraduate students at Sanata Dharma University who had purchased and used Scarlet Whitening products. Sampling using purposive sampling technique by distributing questionnaires to 96 respondents. The test instruments used are validity and reliability tests. The data analysis technique used in this research is descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression and hypothesis testing namely F- test and t-test using SPSS Statistics 23.0 software application program. The results showed that 1) brand image, price and packaging design simultaneously affect consumer satisfaction on Scarlet Whitening products, 2) brand image partially affects consumer satisfaction on Scarlet Whitening products, 3) price partially does not affect consumer satisfaction on Scarlet Whitening products, 4) packaging design partially affects consumer satisfaction on Scarlet Whitening products.

Keywords: brand image, price, packaging design, consumer satisfaction