

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, VARIASI PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *HAND AND BODY LOTION* NIVEA

(Studi Pada Mahasiswa Pengguna Produk *Hand and Body Lotion* Nivea di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Camelia Saputri
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh citra merek, variasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 2) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 3) pengaruh variasi produk terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 4) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY. Populasi dalam penelitian ini adalah semua mahasiswa aktif di DIY. Sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa aktif di DIY, pernah melakukan pembelian *hand and body lotion* Nivea minimal 2 kali dalam kurun waktu 3 bulan terakhir dan minimal berusia 17 tahun sejumlah 110 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) citra merek, variasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 2) citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 3) variasi produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY, 4) kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk *hand and body lotion* Nivea pada mahasiswa di DIY.

Kata Kunci: Citra Merek, Variasi Produk, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT VARIATION AND PRODUCT QUALITY ON THE DECISION TO PURCHASE NIVEA HAND AND BODY LOTION PRODUCTS

*(Study of Students Using Nivea Hand and Body Lotion Products in the Special
Region of Yogyakarta)*

*Camelia Saputri
Management Study Program, Faculty of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025*

This research aims to determine: 1) the influence of brand image, product variety and product quality simultaneously influence product purchasing decisions hand and body lotion Nivea to students in DIY, 2) the influence of brand image on product purchasing decisions hand and body lotion Nivea to students in DIY, 3) the influence of product variations on product purchasing decisions hand and body lotion Nivea to students in DIY, 4) the influence of product quality on product purchasing decisions hand and body lotion Nivea for students in DIY. The population in this study were all active students in DIY. The sample for this research was some active students in DIY who had made purchases hand and body lotion Nivea at least twice in the last 3 months and at least 17 years old, a total of 110 respondents. The data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS 25 application. The results of this research show that: 1) brand image, product variety and product quality simultaneously influence product purchasing decisions hand and body lotion Nivea to students in DIY, 2) brand image partially influences product purchasing decisions hand and body lotion nivea on students in DIY, 3) partial product variations have no effect on product purchasing decisions hand and body lotion Nivea to students in DIY, 4) product quality partially influences product purchasing decisions hand and body lotion Nivea for students in DIY.

Keywords: Brand Image, Product Variety, Product Quality, Purchasing Decisions