

ABSTRAK

Pengaruh Brand Image, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Yoghurt Cimory di Kabupaten Nganjuk

Nama Mahasiswa : Vindy Pradalia

Email : pradaliavindy@gmail.com

Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Budi Rahayu, MM

2. Yudianto Perdana Putra, SE, MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh brand image, harga dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk Yoghurt Cimory di Kabupaten Nganjuk. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 70 responden. Pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Sedangkan jenis data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Adapun teknik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu: Uji Validitas, Uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis. Dari uji penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel brand image, harga dan desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Yoghurt Cimory di Kabupaten Nganjuk. Dan secara simultan variabel brand image, harga dan desain kemasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk Yoghurt Cimory di Kabupaten Nganjuk.

Kata kunci : *brand image, harga, desain kemasan, minat beli*

ABSTRAK

Pengaruh Brand Image, Harga dan Desain Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Yoghurt Cimory di Kabupaten Nganjuk

Nama Mahasiswa : Vindy Pradalia
Email : pradaliavindy@gmail.com
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri

Dosen Pembimbing :
1. Dr. Budi Rahayu, MM
2. Yudianto Perdana Putra, SE, MM

This study aims to determine the effect of brand image, price and packaging design on consumer buying interest in Cimory Yoghurt products in Nganjuk Regency. This study used a sample of 70 respondents. Sampling using accidental sampling method. While the types of data used are primary data and secondary data, with data collection techniques using questionnaires. The techniques used to analyze the data are: Validity Test, Classical Assumption Test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing. From this research test, it can be concluded that partially brand image, price and packaging design variables have a positive and significant effect on consumer buying interest in Cimory Yoghurt products in Nganjuk Regency. And simultaneously the variables of brand image, price and packaging design have a positive and significant effect on consumer buying interest in Cimory Yoghurt products in Nganjuk Regency.

Keywords : *brand image, harga, desain kemasan, minat beli*