

ABSTRAK

PENGARUH KEMASAN, BRAND IMAGE, DAN HARGA TERHADAP PEMBELIAN KOSMETIK MUSTIKA RATU PADA PT LIANDI PRIMA ABADI

Shandy Kelvin Lamlie

Shiera Stevany

Natalie

Program Studi Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Kemasan, Brand Image, dan Harga terhadap Pembelian Kosmetik Mustika Ratu pada PT Liandi Prima Abadi. Fenomena pembelian produk yang ditawarkan perusahaan mengalami penurunan yang diakibatkan oleh tampilan kemasan, *brandi image* dan kurang tepatnya penetapan harga yang optimal yang melatarbelakangi penelitian ini. Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah karyawan dan jumlah sampel konsumen dalam penelitian. Teknik sampling yang digunakan adalah *random sampling*, Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $2,929 > 1,655$ dan signifikan diperoleh $0,004 < 0,05$, maka kemasan berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik mustika ratu pada PT Liandi Prima Abadi. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $2,238 > 1,655$ dan signifikan $0,027 < 0,05$, maka brand image berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik mustika ratu pada PT Liandi Prima Abadi. Hasil perhitungan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh nilai t hitung $> t$ tabel atau $3,504 > 1,655$ dan signifikan $0,001 < 0,05$, maka harga berpengaruh dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian kosmetik mustika ratu pada PT Liandi Prima Abadi. Hasil pengujian diperoleh nilai F hitung $(21,169) > F$ tabel $(2,67)$ dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti bahwa secara simultan variabel kemasan, brand image dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik mustika ratu pada PT Liandi Prima Abadi.

Kata kunci: Kemasan, *Brand Image*, Harga, Keputusan Pembelian