



## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**ABSTRAK**

**PENGARUH CITRA MEREK, DESAIN KEMASAN DAN PERSEPSI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK ANGIN  
FRESH CARE OLEH MAHASISWA/I FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU  
SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**ROSMAWANI**  
**11471205674**

*Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, desain kemasan, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian minyak angin Fresh Care oleh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 98 orang responden. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan analisis linear berganda  $Y = 0,327 + 0,385.X1 + 0,181.X2 + 0,699.X3 + e$ . berdasarkan uji parsial citra merek, desain kemasan dan persepsi konsumen memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan berdasarkan uji simultan variabel citra merek, desain kemasan, dan persepsi konsumen memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak angin Fresh Care oleh mahasiswa/i di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. selanjutnya besar pengaruh variabel independent (citra merek, desain kemasan dan persepsi konsumen) terhadap variabel dependent (keputusan pembelian) adalah 61%.*

**Kata kunci : Citra Merek, Desain Kemasan, Persepsi Konsumen, dan Keputusan Pembelian**