

## ABSTRAK

Muhammad Firza Fadillah. 16610148. Pengaruh Desain Kemasan Produk Kosmetik dan Tingkat Pengetahuan Konsumen Terhadap Repurchase Intention (Study Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2016). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Muhammadiyah Metro. Dibawah pembimbing: (1) Ery Baskoro, S.E., M.M. (2) Nani Septiana, S.E., M.M

Seiring dengan perkembangan ekonomi yang pesat, berbagai kebutuhan akan suatu jenis produk semakin banyak dan bervariasi dipasaran. Konsumen akan menilai setiap sisi produk yang dibutuhkan. Salah satu kategori produk yang sekarang beredar di lingkungan mahasiswa adalah produk kosmetik Jenis produk *parfume* yang sering di gunakan untuk menunjang performa tubuh sehari-hari.

Dan adapun yang menjadi masalah dalam penelitian ini yaitu “apakah Desain Kemasan Produk Kosmetik dan Tingkat Pengetahuan Konsumen berpengaruh secara simultan/bersama-sama terhadap keputusan Minat beli Ulang terhadap Jenis *Parfume* Di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro angkatan 2016”. Dari permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah Desain Kemasan Produk Kosmetik dan Tingkat Pengetahuan Konsumen berpengaruh secara simultan/bersama-sama terhadap keputusan Minat beli Ulang terhadap Jenis *Parfume* Di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro angkatan 2016

Sifat penelitian ini yaitu kualitatif dan kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik wawancara, dan pembagian kuesioner. Kemudian dalam analisa data menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang terkumpul kemudian di analisis. Setelah data terkumpul, kemudian data diolah dan dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan analisis data dan pengujian maka kesimpulan yang diperoleh mengenai pengaruh Desain Kemasan Produk Kosmetik dan Tingkat Pengetahuan Konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Minat beli Ulang terhadap Jenis *Parfume* Di Kalangan Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro angkatan 2016.

**Kata Kunci: Desain Kemasan Dan Tingkat Pengetahuan, Minat Beli Ulang (*Repurchase Intention*)**