

ABSTRAK

Riqqa Robabatuzzakiyyah. 190541100096. Pengaruh Daya Tarik Visual Kemasan terhadap Citra merek Jamu Madura. Skripsi. Program Studi Psikologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. 2023. XV+63 halaman, 13 lampiran

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh daya tarik visual kemasan terhadap citra merek jamu Madura. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana peneliti menyebarkan angket kepada responden dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dengan responden sebanyak 100 orang. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai $F = 236,291$ dengan signifikansi sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05 yang berarti terdapat pengaruh daya tarik visual kemasan terhadap citra merek jamu Madura. Nilai determinan R^2 sebesar 0,707 atau sebesar 70,7% (dari $0,707 \times 100\%$), di mana nilai tersebut merupakan kontribusi yang disumbangkan variabel daya tarik visual kemasan terhadap variabel citra merek. Dengan demikian daya tarik visual kemasan memiliki pengaruh terhadap citra merek sebesar 70,7%, sementara 29,3% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata kunci : citra merek, daya tarik visual, kemasan, jamu Madura.

ABSTRACT

Riqqa Robabatuzzakiyyah. 190541100096. *The Influence of Visual Appeal Packing on Brand Image Madurese herbal medicine. Psychology Study Program, Faculty of Social and Cultural Scienses, Trunojoyo University, Madura. 2023*

Visual appeal is one way that is widely used in marketing their products and forming a brand image. This study aims to determine whether there is a significant or partial effect between visual attractiveness on the brand image of Madura herbal products. This research uses quantitative research methods. This study uses a type of causal research to determine whether there is a relationship or influence between variables. Probability sampling sampling technique with the type of Simple random sampling. Methods of data collection by distributing questionnaires (questionnaires). The number of samples in this study were 100 respondents. Data testing using analysislinearity test on the scale of visual appeal and brand image scale obtained value $F = 236.291$ with a significance of 0.000. which means that H_0 is rejected and H_a is accepted, that is, there is an influence of visual appeal with brand image.

Keywords: brand image, visual appeal, packaging, Madurese herbal medicine.