

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap *brand awareness* serta dampaknya pada minat beli konsumen pada produk susu kental manis Frisian Flag. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat kota Semarang yang berjumlah 1.553.778 juta jiwa. Sampel yang diambil sebesar 96 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling.

Penelitian ini menggunakan satu variabel intervening di dalamnya, yaitu *brand awareness* sebagai variabel mediasi dari minat beli, sehingga menghasilkan dua kali analisis regresi berganda. Antara lain sebagai berikut : $Y1 = 0,539 X1 + 0,180 X2$ dan $Y2 = 0,555 Y1$. Berdasarkan hasil analisis data statistik diperoleh bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas dari multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan terdistribusi secara normal. Variabel yang mempunyai pengaruh besar dalam penelitian ini adalah variabel desain kemasan produk dan selanjutnya diikuti oleh variabel daya tarik iklan.

Dengan desain kemasan susu kental manis yang lebih baik lagi dan daya tarik iklan yang lebih berkesan pada konsumen merupakan salah satu upaya yang harus dilakukan Frisian Flag untuk meningkatkan kesadaran merek konsumen yang nantinya akan meningkatkan minat beli susu kental manis Frisian Flag.

Kata kunci : desain kemasan produk, daya tarik iklan, *brand awareness*, minat beli.