

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh atribut kemasan terhadap minat beli pada produk kosmetik Emina. Terdapat lima variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah warna kemasan, desain kemasan, bahan kemasan, gaya huruf, dan informasi tercetak. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat beli.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang menjadi konsumen kosmetik emina di Indonesia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 100 responden yang memenuhi kriteria. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa warna kemasan, desain kemasan, bahan kemasan, gaya huruf, dan informasi tercetak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk kosmetik Emina. Dengan mengetahui hasil dari penelitian ini, pemasar diharapkan mempertimbangkan atribut kemasan sebagai strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan perusahaan.

Kata Kunci : Kosmetik Emina, Atribut Kemasan, Warna Kemasan, Desain Kemasan, Bahan Kemasan, Bahan Kemasan, Gaya Huruf, Informasi Tercetak, Minat Beli