

ABSTRACT

This research has a purpose to determine the effect of brand awareness, design packaging and word of mouth on customer buying interest. The population in this research is that consumers Mie Ufo in LSI Daan Mogot Jakarta. The sample of this research is 120 Mie Ufo consumer and the sampling technique used was convenience sample and Methods of data collection using questionnaires. The method used in this study is Partial Least Square using Smart PLS 3.0 software. The results show that : 1) Brand awareness does not have a significant effect on buying interest. 2) Packaging Design has a significant effect on buying interest. 3) Word of Mouth has no significant effect on buying interest.

Keywords : Brand Awareness, Design Packaging, Word of Mouth, Buying Interest



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran merek, desain kemasan dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Mie Ufo di LSI Daan Mogot Jakarta. Sample penelitian ini adalah 120 konsumen Mie Ufo dengan teknik pengambilan sample berupa *convenience sample* dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* dengan menggunakan software Smart PLS 3.0. Hasil menunjukkan bahwa : 1) Kesadaran merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli. 2) Desain Kemasan berpengaruh signifikan terhadap minat beli. 3) *Word Of Mouth* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata kunci: Kesadaran Merek, Desain Kemasan, *Word of Mouth*, Minat Beli

