

ABSTRAK

Roby Maulana. NIM. 3402190628. Pengaruh *Foreign Branding* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Le Minerale di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Prodi Manajemen Tahun Angkatan 2020). Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E.,M.M (Pembimbing I) dan Ibu Hj. Iyus Yustini, S.Pd., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini dilatar belakangi oleh belum optimalnya keputusan pembelian konsumen pada produk Le Minerale di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Prodi Manajemen Tahun Angkatan 2020 yang diakibatkan oleh belum optimalnya pelaksanaan *foreign branding* dan desain produk. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1) Bagaimana pengaruh *foreign branding* terhadap keputusan pembelian produk Le Minerale?; 2) Bagaimana pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian produk Le Minerale?; 3) Bagaimana pengaruh *foreign branding* dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk Le Minerale pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen?. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif analisis dengan pendekatan data kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Galuh tahun angkatan 2020 yaitu sebanyak 437 orang, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 81 orang. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik yaitu studi kepustakaan, studi lapangan dan penyebaran angket. Dari hasil penelitian, dapat ditarik suatu simpulan sebagai berikut: 1) Pelaksanaan *foreign branding* Le Minerale selama ini adalah sudah cukup baik. begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *foreign branding* terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Le Minerale; 2) Desain produk Le Minerale selama ini adalah sudah cukup baik. Begitu pula berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Le Minerale; 3) Keputusan pembelian konsumen pada produk Le Minerale di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen selama ini adalah cukup tinggi. Selanjutnya berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *foreign branding* dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Le Minerale di Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Program Studi Manajemen, artinya semakin baik *foreign branding* dan desain produk maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Kata Kunci: *Foreign Branding*, Desain Produk dan Keputusan Pembelian Konsumen