

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK BRAND IMAGE PADA PRODUK MADAME GIE DI INDONESIA**

**Oleh**  
**Rohmawati**

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui faktor-faktor pembentuk brand image di Indonesia. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen perempuan yang pernah membeli produk Madame Gie dan followers instagram Madame Gie, jumlah sampel dari penelitian ini sebanyak 100 sampel. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan non probability sampling dengan menggunakan teknik purposive sampling dan metode analisis data yang digunakan adalah Cochran Q test. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada 10 atribut yang membentuk brand image Madame Gie di Indonesia dibenak konsumen yaitu: Harga kosmetik Madame Gie dapat dijangkau semua kalangan, Harga kosmetik Madame Gie relatif sesuai dengan kualitas produk, Produk Madame Gie bahannya aman untuk kulit, Konsumen memilih produk Madame Gie karena mempunyai reputasi produk yang bagus, Madame Gie memiliki banyak varian produk, Konsumen memilih produk Madame Gie karena citra perusahaan sudah baik, Produk Madame Gie dapat digunakan dalam jangka waktu panjang, Madame Gie memberikan kenyamanan disetiap produknya, Produk Madame Gie memberikan kesan positif kepada konsumen, Produk Madame Gie dalam penggunaannya mudah diaplikasikan .

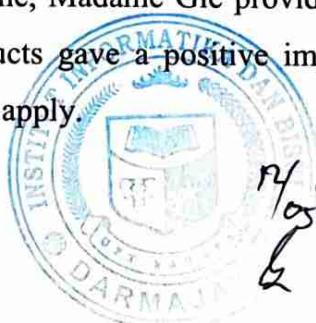
**Kata Kunci — Brand Image**

## **ABSTRACT**

### **THE ANALYSIS OF BRAND IMAGE FORMING FACTORS ON MADAME GIE PRODUCTS IN INDONESIA**

**Rohmawati**

The purpose of this study was to find out the factors forming brand image in Indonesia. This type of study was a quantitative study using the descriptive method. The population in this study were female consumers who had bought Madame Gie products and Madame Gie Instagram followers, the number of sample in this study was 100 respondents. The sampling technique in this study used a non-probability sampling method using the purposive sampling technique and the data analytical method used the Cochran Q test. Based on the result of the study, it was concluded that there were 10 attributes that made up Madame Gie brand image in mind consumers in Indonesia, namely: Madame Gie cosmetic prices were affordable by all circles, Price of Madame Gie's cosmetics was relatively in line with product quality, Madame Gie products were made of ingredients safe for skin, the consumers chose Madame Gie products because they had a good reputation of the products, Madame Gie had many product variants, Consumers chose Madame Gie products because the company's image was good, Madame Gie products were used for a long time, Madame Gie provided comfort every time its products, Madame Gie's products gave a positive impression to consumers, Madame Gie Products were easy to apply.



**Keywords:** Brand Image