

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kemasan, harga, dan kesadaran merek terhadap loyalitas merek Susu Gandum, Oatly. Kemasan, harga, dan kesadaran merek merupakan hal yang sangat penting bagi Oatly dalam upaya bertahan di pasar, membedakan diri dari kompetitor, mempertahankan pelanggan yang ada, serta menarik pelanggan baru.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari 194 responden melalui survei kuesioner online. Sampel diambil dari pengguna yang berdomisili di Wilayah Jakarta Raya yang telah membeli produk Oatly. Metode sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Alat analisis yang digunakan adalah SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kemasan, harga, dan kesadaran merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek.

Kata Kunci: *Packaging, Price, Brand Awareness, Brand Loyalty*

