

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh strategi perluasan merek terhadap minat beli konsumen pada produk perluasan Betadine Feminine Hygiene Solution. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dengan pendekatan *nonprobability sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat wanita yang berada di daerah BSD City Tangerang Selatan baik yang belum pernah maupun sudah pernah menggunakan Betadine Feminine Hygiene. Jumlah sampel dalam penelitian sejumlah 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel yaitu *non-probability sampling*. Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan data dengan menggunakan data primer berupa kuesioner. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dengan bantuan program SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi perluasan merek berpengaruh terhadap minat beli konsumen yaitu sebesar 56,3%.

Kata Kunci : Perluasan Merek , Citra Merek, Minat Beli.