

ABSTRAK

NUR MALA HAYATI. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Produk Skin Care MS Glow di Kota Tangerang. Dibawah bimbingan Sutia Budi, SE, M.Si

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel citra merek, kualitas produk, dan promosi serta pengaruh bersama-sama terhadap minat beli. Hasil penelitian ini memberikan pemahaman tentang variabel- variabel tersebut dalam membentuk minat beli konsumen *skincare* Ms Glow di Kota Tangerang. Manfaat penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori perilaku konsumen dan pemasaran dalam industri kosmetik. Temuan ini dapat menjadi acuan dalam mengembangkan teori-teori baru mengenai faktor-faktor yang memengaruhi minat beli produk, temuan ini juga memberikan wawasan berharga bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Metode analisis uji t dan uji F digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Data diperoleh dari responden yang mengetahui produk Ms Glow. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Selanjutnya, uji F mengindikasikan bahwa citra merek, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Minat Beli.

