

**PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI
PRODUK LIPSTIK HANASUI
(STUDI KASUS DI KOTA PALEMBANG)**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH:

NADIA SAFITRI

20612010113

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN**

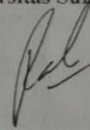
2024

PENGESAHAN

Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan.

Hari : Kamis
Tanggal : 08 Agustus 2024

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Sumatera Selatan**



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph. D
NIDN. 0015097701

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of brand image and price on interest in purchasing Hanasui lipstick products (case study in Palembang City). The research method used in this research is a quantitative method. The sampling method used in this research was the Non-Probability Sampling method and the type of sampling used Purposive Sampling. The number of samples studied was 67 female respondents. The analytical methods used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear analysis and hypothesis testing. The results of this research show that there is a positive and significant influence between Brand Image on Buying Interest partially and Price on Buying Interest has a partial positive and significant effect.

Keywords: Brand Image, Price, Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Hanasui (Studi Kasus Di Kota Palembang). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dengan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Non-Probability Sampling dan jenis pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Jumlah sampel yang diteliti sebanyak 67 responden perempuan. Metode analisis yang digunakan yaitu Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis linear berganda dan Uji Hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Minat Beli secara parsial dan Harga terhadap Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan secara parsial.

Kata Kunci: Citra Merek, Harga, Minat Beli