

## ABSTRAK

Vivi Ardilia Sari. Pengaruh Promosi, *Word of mouth* Dan Citra merek Terhadap Minat Beli Pada Pengunjung Di Toko Qolsa Metro. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (I) H. Suryadi, S.E, M.M. Pembimbing (II) Nina Lelawati, S.E, M.M.

Kata kunci: Kata Kunci: Promosi, *Word of mouth*, Citra merek

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh Promosi, *Word of mouth* Dan Citra merek Terhadap Minat Beli Pada Pengunjung Di Toko Qolsa Metro. Data didapatkan dari survey langsung ke pengunjung toko Qolsa untuk mengisi kuisisioner yang telah disediakan oleh peneliti. Responden yang akan di berikan kuisisioner adalah responden yang berbelanja di toko Qolsa yang nantinya data tersebut akan di uji menggunakan SPSS versi terbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan tujuan menentukan pengaruh antara variabel dalam sebuah populasi yang ditetapkan melalui perhitungan ilmiah yang berasal dari promosi, *word of mouth* dan Citra merek. Lalu setelah data dari semua variabel di dapat peneliti selanjutnya akan melakukan Teknik analisis data, pengujian persyaratan analisis serta pengujian hipotesis.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan oleh peneliti menggunakan Teknik analisis data dengan menggunakan uji (uji validitas dan uji reliabilitas) pengujian persyaratan analisis dengan menggunakan (uji normalitas dan uji analisis regresi linear berganda) serta pengujian hipotesis dengan menggunakan (Uji t, uji signifikan F dan uji koefisien determinasi  $R^2$ ) mendapatkan hasil bahwa yang memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli hanya variable promosi dan *word of mouth*, sedangkan variable citra tidak mempengaruhi dan tidak signifikan terhadap minat beli. Begitu juga untuk uji simultan yang telah dilakukan mendapatkan hasil bahwa variable yang mempengaruhi minat beli hanya sebesar 43,4%.