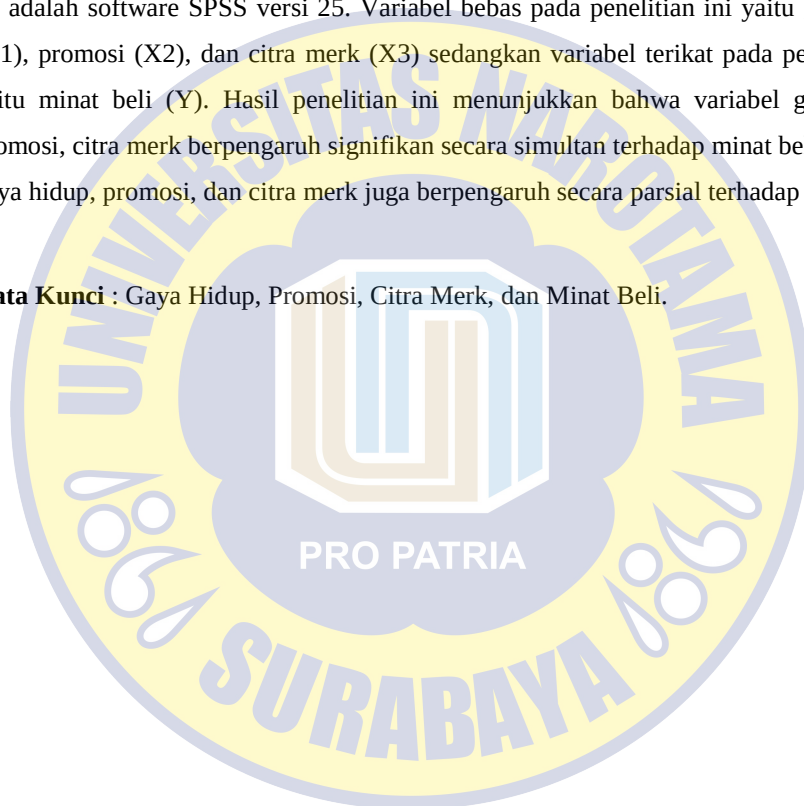


ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari pengaruh gaya hidup, promosi, dan citra merk terhadap minat beli konsumen pada usaha Chiclin Surabaya. Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah Regresi Linear Berganda. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah software SPSS versi 25. Variabel bebas pada penelitian ini yaitu gaya hidup (X1), promosi (X2), dan citra merk (X3) sedangkan variabel terikat pada penelitian ini yaitu minat beli (Y). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, promosi, citra merk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli. Variabel gaya hidup, promosi, dan citra merk juga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Promosi, Citra Merk, dan Minat Beli.



ABSTRACT

This research aims to determine the influence of lifestyle, promotion, and brand image on consumer buying interest in franchise Chiclin Surabaya. The sample was 100 respondents. This research used regression analysis linear multiple. It used spss version 25 software. The independent variables were the Lifestyle (x1), Promotion (x2), and Brand Image (x3) whereas the dependent variable was buying interest (y). The result showed that the lifestyle, promotion, and brand image influential simultaneously of interest of buying. Then, the variables of lifestyle, promotion, and brand image also had a partial influence of the buying interest.

Keywords: *Lifestyle, Promotion, Brand Image, and Buying Interest*

