

ABSTRAK

Berdasarkan tingkat kehidupan masyarakat yang semakin meningkat, maka kebutuhan masyarakat terhadap barang juga akan semakin meningkat. Hal ini membawa pengaruh terhadap perilaku mereka dalam memilih barang yang akan mereka beli ataupun yang mereka anggap paling sesuai dan benar – benar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh Kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli pada produk *skincare ammora* . penelitian ini dilakukan di *Skincare Ammora Lumajang*, dengan jumlah sampel 60 orang. Alat uji uji yang digunakan untuk menguji instrumen dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t, sedangkan untuk menganalisis data digunakan Regresi Linier Berganda .Perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen *skincare ammora*.

Kata kunci : Kualitas produk, Harga, Promosi dan Minat Beli



ABSTRACT

*Based on the increasing level of people's lives, the people's need for goods will also increase. This has an influence on their behavior in choosing the goods they will buy or which they consider the most appropriate and can really meet their needs and desires. This study aims to determine how much influence product quality, price and promotion have on buying interest in Ammora skincare products. This research was conducted at Skincare Ammora Lumajang, with a sample size of 60 people. The test instrument used to test the instrument in this research is the validity test and the reliability test. The hypothesis test used is the *t* test, while to analyze the data is used Multiple Linear Regression. Statistical calculations are carried out using the SPSS 21 computer program. The results show that product quality, price and promotion have a significant effect on consumer buying interest in Ammora skincare.*

Keywords: Product quality, price, promotion and buying interest

