

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP MINAT BELI PRODUK LIPSTIK
SARIAYU MARTHA TILAAK PADA KONSUMEN TOKO JAMEELA KOSMETIK
SUBANG**

Ditulis Oleh :
Bella Tri Oktaviani

Pembimbing:
Henny Utarsih, SE., M.Si

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Brand Equity* terhadap Minat Beli Produk Lipstik Sariayu Martha Tilaar serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Brand Equity* terhadap Minat Beli Produk Lipstik Sariayu Martha Tilaar.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Jameela Kosmeetik di Subang. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan jumlah sampel penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik pengumpulan data primer dilakukan melalui penyebaran kuisioner. Sedangkan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana. Program yang digunakan dalam menganalisis data menggunakan *Statistical Package For Social Sciencess (SPSS) Ver.26.00*

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Brand Equity* dan Minat Beli menunjukkan kategori kurang baik pada produk lipstik Sariayu Martha Tilaar. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Brand Equity* berpengaruh terhadap Minat Beli. Besarnya pengaruh *Brand Equity* terhadap Minat Beli yaitu sebesar 27,4% sedangkan sisanya sebesar 72,6% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian. Jadi semakin tinggi *brand equity* maka akan semakin tinggi minat beli.

Kata Kunci : *Brand Equity* dan Minat Beli

***THE EFFECT OF BRAND EQUITY ON BUYING INTEREST SARIAYU MARTHA
TILAAAR LIPSTICK PRODUCTS ON CONSUMER JAMEELA COSMETIC SHOP
SUBANG***

Written by:
Bella Tri Oktaviani

Preceptor :
Henny Utarsih, SE., M.Si

ABSTRACT

This research aims to find out how much Brand Equity towards buying interest in Sariayu's lipstick products as well as to find out how much Brand Equity is influenced by Sariayu Martha Tilaar lipstick products.

The research methods used in this study are descriptive and veriative methods. The population in this research is the consumer of the Jameela Cosmetics store in Subang. The sampling techniques used in this study were nonprobability sampling techniques with purposive sampling techniques, while the number of samples of this study amounted to 100 respondents. Primary data collection techniques are conducted through the dissemination of kuisoner. While the method of analysis used in this research is a simple linear regression analysis. Programs used in analyzing data using Statistical Package For Social Sciencess (SPSS) Ver. 26.00

Based on the results of the study shows that Brand Equity and interest buy shows a less good category on the products of Sariayu Martha Tilaar lipstick. In addition, research results also show that Brand Equity has an effect on buy interest. The magnitude of the Brand Equity influence on buy interest is 27.4% while the remaining 72.6% is explained by other variables outside the research model. So the higher the brand equity, the higher the interest to buy.

Keywords: Brand Equity and Buying Interest