

## Abstrak

Studi ini meneliti efek harga, promosi dan citra merek terhadap minat beli dan menggunakan analisis regresi linear berganda sebagai alat untuk analisis inferensial. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner sebanyak 90 responden yang telah berumur 18 tahun dan telah mengikuti akun pstore di Instagram . hasil penelitian ini adalah bahwa harga berpengaruh secara positif terhadap minat beli, namun promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli, citra merek berpengaruh secara positif terhadap minat beli, sedangkan secara simultan harga, promosi, dan brand image berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci : Harga, Promosi, Citra Merek, Minat Beli**

## **Abstract**

This study examines the effect of price, promotion and brand image on purchase intention and uses multiple linear regression analysis as an inferential analysis tool. Furthermore, this study uses primary data obtained from questionnaires as many as 90 respondents who are 18 years old and have followed the pstore account on Instagram. The results of this study are the price has a positive effect on buying interest, but promotion has no effect on buying interest, brand image has a positive effect on buying interest, while simultaneously price, promotion, and brand image affect buying interest.

**Keywords: Price, Promotion, Brand Image, Buying Interest**