

## ABSTRAKSI

Meyline Hillary Wairara nomor mahasiswa 152130057, Program Studi Adminitrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta. Judul penelitian “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Minat Beli Pond’s(Studi pada konsumen mirota babarsari Yogyakarta)”, 2019. Dosen Pembimbing SigitHaryono dan Indro Herry Mulyanto.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap minat beli Pond’s. Tipe penelitian ini adalah *explanatory*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen mirota babarsari Yogyakarta dengan ukuran sampel sebanyak 69 orang responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *systematic random sampling* untuk populasi tidak terbatas. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis statistik inferensial yang meliputi analisis regresi berganda. Uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikansi 10%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga dan Promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli ( $F_{hitung} 60,391 > F_{tabel} 3,13$  dan probabilitas sebesar  $0,000 < 0,10$  (10%). Variabel Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli ( $t_{hitung} 2,823 > t_{tabel} 1,968$  dan probabilitas sebesar  $0,006 < 0,10$ ). Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli ( $t_{hitung} 5,774 > t_{tabel} 1,968$  dan probabilitas  $0,000 < 0,10$  (10%).

Berdasarkan penelitian ini yang harus dilakukan oleh Pond’s ialah perusahaan harus memperhatikan variabel harga dan promosi karena kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap minat beli. Cara yang dilakukan adalah promosi yang dilakukan harus lebih mampu menyakikan dibandingkan dengan sabun pembersih wajah lain dan mempertahankan harga Pond’s tetap bersaing dengan sabun-sabun pembersih wajah lainnya.

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