

ABSTRAK

Mizan Khoirul Salim (1219240113): “PENGARUH PROMOSI TERHADAP MINAT BELI *COVER INTERIOR* MOBIL DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Studi pada Konsumen di Toko Yumishop Kecamatan Pacet).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap minat beli *cover interior* mobil dengan *Brand Image* sebagai variabel mediasi pada konsumen Toko Yumishop di Kecamatan Pacet. Dalam era persaingan bisnis otomotif yang semakin kompetitif, strategi promosi yang efektif dan citra merek yang kuat menjadi faktor penting dalam memengaruhi keputusan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen aktif Toko Yumishop. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa didapati hasil negatif dan signifikan antara Promosi terhadap Minat Beli pada konsumen Yumishop, didapati hasil positif dan signifikan antara Promosi terhadap Minat Beli pada konsumen Toko Yumishop, didapati hasil yang negatif dan signifikan antara *Brand Image* terhadap Minat Beli pada konsumen Yumishop serta Didapati hasil pengaruh tidak langsung dari Promosi terhadap Minat Beli melalui *Brand Image* sebagai variabel mediasi. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk meningkatkan kualitas promosi dan membangun *Brand Image* yang positif agar dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci: Promosi, Minat Beli, *Brand Image*.