

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY* DAN *LIFESTYLE*
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SKIN CARE* SCARLETT
(STUDI PADA WILAYAH KOTA DENPASAR)**

ABSTRAK

Generasi *millennial* di Denpasar saat ini dalam menggunakan produk *skincare* disesuaikan dengan trend yang berhubungan dengan *lifestyle*, semakin tinggi level gaya hidup seseorang berpengaruh pada meningkatnya keinginan atau minat seseorang dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *brand image*, *product quality* dan *lifestyle* terhadap minat beli produk *skin care* Scarlett.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen di Kota Denpasar. Jenis pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan responden adalah masyarakat di Kota Denpasar. Adapun jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 90 responden, yaitu jumlah indikator sebesar 18 dikalikan dengan 5, karena nilai tersebut masih berada pada range yang di persyaratkan. Teknik analisa yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan diolah menggunakan SPSS versi 25.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *brand image*, *product quality* dan *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. *Product quality* adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Sehingga penting bagi scarlett untuk memperhatikan citra merek, kualitas produk dan gaya hidup pada produk *skin care* scarlett.

Kata kunci: *brand image*, *product quality*, *lifestyle*, minat beli.

**PENGARUH BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY DAN LIFESTYLE
TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKIN CARE SCARLETT
(STUDI PADA WILAYAH KOTA DENPASAR)**

ABSTRACT

The millennial generation in Denpasar currently uses skincare products according to trends related to lifestyle, the higher the level of one's lifestyle, the greater the desire or interest of a person in making a purchase. This study aims to determine and analyze the effect of brand image, product quality and lifestyle on the intention to buy Scarlett's skin care products.

This research was conducted on consumers in Denpasar City. The type of sampling used was a non-probability sampling method with a purposive sampling approach with respondents being residents of Denpasar City. The number of samples used is 90 respondents, that is, the number of indicators is 18 multiplied by 5, because this value is still in the required range. The analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis by collecting data using a questionnaire and processing it using SPSS version 25.

The results of the analysis show that brand image, product quality and lifestyle variables have a positive and significant effect on consumer buying interest. Product quality is the most dominant variable in influencing consumer buying interest. So it is important for Scarlett to pay attention to brand image, product quality and lifestyle in Scarlett's skin care products.

Keywords: *brand image, product quality, lifestyle, buying interest.*