

ABSTRACT

The meaning of the analysis is to find out and analyze the Effect of Emina's Advertising and Brand Image (cosmetics) Against Consumer Purchase Interest In Management Students Class of 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. The research method is using quantitative research methods. The number of samples as many as 97 respondents, and using the Slovin sample. In the sampling technique using non-probability sampling, the type uses Accidental Sampling. Data collection techniques are questionnaires and documentation, then the method of analysis of this form of research is the classical assumption test analysis, t test, F test and multiple linear regression were tested with the help of SPSS version 24. Based on the analysis that has been done, it can be concluded that advertising (X1) and brand image (X2) partially have a significant effect on consumer buying interest in Management Study Program Students Class of 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Keywords : *Advertising, brand image, and consumer buying interest*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Iklan dan Brand Image Emina (kosmetik) Terhadap Minat Beli Konsumen Mahasiswi Manajemen Angkatan 2017 Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Metode penelitian adalah menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden, dimana sampel yang digunakan untuk menentukan sampel slovin, serta teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dan jenis yang digunakan adalah *Accidental Sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi kemudian di analisis menggunakan uji asumsi klasik, uji t, uji F dan regresi linear berganda di uji dengan bantuan SPSS version 24. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa iklan (X1) dan *brand image* (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Mahasiswi Prodi Manajemen angkatan 2017 UNIPA Surabaya.

Kata kunci : Iklan, *brand image*, dan minat beli konsumen