

A B S T R A K

**Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2017**

Zhilland Zhalila
1202013150

Pengaruh Brand Image dan Store Image Terhadap Minat Beli Pada Toko Buku Gramedia Matraman

104+ Halaman, 16 tabel, 3 gambar dan 15 lampiran

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data dilakukan dengan teknik angket melalui penyebaran kuesioner. Analisis data dengan melakukan pengujian hipotesis baik secara parsial maupun secara simultan. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang pernah mengunjungi Gramedia yang berjumlah 97 orang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) *brand image* pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (2) *store image* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (3) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Kata Kunci : *Brand Image, Store Image, Minat Beli*