

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai pengaruh apa saja yang mempengaruhi minat pembelian produk MS Glow. Objek penelitian ini adalah masyarakat Tangerang Selatan yang belum pernah menggunakan produk MS Glow. Responden yang dibutuhkan sebanyak 160 responden dan Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sampling*. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *SEM-PLS*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan. Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan. Logo Halal berpengaruh positif dan tidak signifikan.

Kata kunci : Kualitas Produk, Media Sosial, Logo Halal, Minat Pembelian



ABSTRACT

The purpose of this study is to discuss the influences that influence the intent to buy MS Glow products. The object of this research is people from South Tangerang who have never used MS Glow products. Respondents required as many as 160 respondents and the sampling technique using purposive sampling. The data analysis used is statistical analysis in the form of SEM-PLS. The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect. Social Media has a positive and significant effect. The Halal logo has a positive and not significant.

Keywords : Product Quality, Social Media, Halal Logo, Purchase Interest

