

## ABSTRAK

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang vape atau rokok elektrik yaitu Hero 57 mempunyai *brand image* yang baik serta memiliki harga yang terjangkau, namun belum bisa meningkatkan minat beli konsumen, diantaranya dengan mempunyai *brand image* yang baik dan harga yang terjangkau agar konsumen timbul minat untuk melakukan pembelian pada Hero 57. Namun berdasarkan data grafik penyebaran liquid Hero 57 dari distributor kepada reseller utama mengalami penurunan secara drastis. Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan hasil kajian mengenai variabel *brand image*, variabel harga, dan variabel minat beli Hero 57 serta menganalisis seberapa besar pengaruh *brand image* dan harga dalam menentukan minat beli pada Hero 57. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan metode deskriptif – verifikatif. Populasi pada penellitian ini adalah konsumen yang aktif menggunakan vape tetapi tidak berminat atau belum pernah membeli produk Hero 57. Sebanyak 125 sampel responden *non probabilty* dan *convenience sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner, observasi, dan wawancara untuk mendapatkan data primer. Analisis data secara statistik digunakan dengan menggunakan *software* SPSS. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *brand image* dan harga terhadap minat beli.

**Kata Kunci :** *Brand Image*, Harga, dan Minat Beli

## **ABSTRACT**

*One of the companies engaged in e-cigarettes or e-cigarettes, namely Hero 57 has a good brand image and has an affordable price, but has not been able to increase consumer buying interest, including by having a good brand image and affordable prices so that consumers will arise an interest in making purchases on Hero 57. However, based on graphic data, the distribution of Hero 57 liquid from the distributor to the main reseller has decreased drastically. This research was conducted to obtain the results of a study on the variable brand image, price variable, and purchase interest variable Hero 57 and to analyze how much influence the brand image and price have in determining buying interest in Hero 57. The research method used is descriptive - verification method. The population in this research is consumers who actively use vape but are not interested or have never bought Hero 57 products. A total of 125 samples of respondents are non-probabilty and convenience sampling. Data collection was carried out by means of questionnaires, observations, and interviews to obtain primary data. Statistical data analysis was used using SPSS software. Based on the results of the study, it can be concluded that there is a significant influence between brand image and price variables on purchase intention.*

***Keywords: Brand Image, Price, and Purchase Interest***