

## ABSTRAK

Minat beli merupakan sebuah hasil pemikiran individu mengenai suatu produk yang menjadi keinginan dikarenakan ada pengaruh eksternal dan internal pada individu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan opini public terhadap minat beli konsumen PT Parkson Departemen Store Center Point. Jenis penelitian yang dilakukan menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan sumber data primer. Jumlah sampel penelitian ini yang diperoleh yaitu 120 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus *Malhotra* dengan teknik pemilihan sampling aksidental. SPSS 25.0 digunakan sebagai alat pengolahan data hasil uji hipotesis t, secara parsial menunjukkan bahwa pengaruh nilai citra merek (3,362) terhadap minat beli dan opini public (5,041) terhadap minat beli memiliki pengaruh positif, Sementara secara simultan nilai F (23,567) menunjukkan bahwa citra merek dan opini public berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci : Citra Merek, Opini Publik, Minat Beli, Parkson Departemen Store**