ABSTRAK

Sepeda motor telah mengalami kemajuan signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan Honda BeAT menjadi salah satu pilihan utama dalam kategori skuter matic yang sangat diminati di Indonesia. Namun, meskipun Honda BeAT tetap berada di posisi teratas dalam peringkat penjualan, indeks penjualannya menunjukkan penurunan selama tiga tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Citra Merek dan Promosi terhadap Minat Beli Honda BeAT. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Tekhnik pengambilan sampel menggunakan metode atau tekhnik *non probability sampling* dengan tekhnik *accidental sampling,* dan jumlah sampel yang digunakan adalah 97 responden. Tekhnik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan *SPSS v 29.* Hasil analisis menunjukan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 3) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 4) Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. 5) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

**Kata kunci:** Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Citra merek*,* Promosi, Minat Beli

***ABSTRACT***

*Motorcycles have experienced significant progress in recent years, with the Honda BeAT becoming one of the main choices in the automatic scooter category which is very popular in Indonesia. However, although the Honda BeAT remains at the top of the sales ranking, its sales index shows a decline over the last three years. This research aims to determine the influence of product quality, price, lifestyle, brand image and promotion on interest in buying a Honda BeAT. This research is a type of quantitative research. The sampling technique used a non-probability sampling method or technique with accidental sampling technique, and the number of samples used was 97 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis with the help of SPSS v 29. The results of the analysis show that*

*1) Product quality has a positive and significant effect on buying interest. 2) Price has a positive and significant effect on buying interest. 3) Lifestyle has a positive and significant effect on buying interest. 4) Brand image has a positive and significant effect on purchasing interest. 5) Promotion has a positive and significant effect on purchasing interest.*

***Keywords:*** *Product Quality, Price, Lifestyle, Brand Image, Promotion, Purchase Interest*