**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *member card* dan promosi terhadap minat beli konsumen pada toko nibras *house maxi* Palembang. Penelitian dilakukan dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder dan menggunakan teknik kunatitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 175 konsumen, dengan pengambilan sampel sebesar 64 responden. Kemudian dilakukan evaluasi dengan pengujian hasil data dengan pengujuan validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan aplikasi analisis statistic IBM SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *member card* tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, sedangkan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen. Antara *member card* dan promosi yang paling dominan berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada toko nibras *house maxi* Palembang adalah promosi.

**Kata Kunci : *Member Card,* Promosi, Minat Beli**

***ABSTRACT***

*This study aims to determine whether there is an influence of member cards and promotions on consumer buying interest at Nibras House Maxi Palembang. The research was conducted using primary and secondary data sources and using quantitative techniques. The population in this study amounted to 175 consumers, with a sample of 64 respondents. Then an evaluation is carried out by testing the results of the data by testing the validity, reliability, classic assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing using the IBM SPSS 26 statistical analysis application.*

*The results of this study indicate that member cards have no effect on consumer buying interest, while promotions have a significant effect on consumer buying interest. Between the member card and the promotion that has the most dominant influence on consumer buying interest at the Nibras House Maxi Palembang store is promotion.*

*Keywords: Member Card, Promotion, Purchase Interest*