

ABSTRAK

Muhammad Ahsanul Khuluq, 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Melita Kitchen Resto Sumenep(Studi Pada Kabupaten Dan Kota Provinsi Jawa Timur).Skripsi : Progam Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja Madura. Pembimbing : Nur Qoudry Wijaya, SE.,MM

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Melita Kitchen Resto. Adapun variabel bebas dalam penelitian ini adalah produk, harga, promosi dan lokasi, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah minat beli konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode simple random sampling. Jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang merupakan konsumen dari Melita Kitchen Resto. Kuisisioner dikembangkan dari penelitian terdahulu yang membahas permasalahan yang serupa dengan tujuan menjamin validitas dan reliabilitas. Hipotesis akan diuji menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel produk dan harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen. Sedangkan variabel tempat dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli konsumen. Variabel produk, harga, tempat, promosi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat beli konsumen adalah variabel promosi.

Kata Kunci : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Melita Kitchen Resto Sumenep

ABSTRACT

Muhammad Ahsanul Khuluq, 2022. The Influence of Marketing Mix on Consumer Buying Interest at Melita Kitchen Resto Sumenep (Study in Districts and Cities of East Java Province). Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, Wiraraja Madura University. Supervisor: Nur Qoudry Wijaya, SE., MM

This research is intended to determine the influence of the marketing mix on consumer buying interest at Melita Kitchen Resto. The independent variables in this research are product, price, promotion and location, while the dependent variable in this research is consumer buying interest. This research uses a quantitative approach with a simple random sampling method. The total research sample was 100 people who were consumers of Melita Kitchen Resto. The questionnaire was developed from previous research that discussed similar problems with the aim of ensuring validity and reliability. The hypothesis will be tested using multiple linear regression analysis and the results of this research show that product and price variables have no partial effect on consumer buying interest. Meanwhile, place and promotion variables partially influence consumer buying interest. The variables product, price, place, promotion simultaneously influence consumer buying interest. The variable that has the most dominant influence on consumer buying interest is the promotion variable.

Keywords: *Influence of Marketing Mix on Consumer Buying Interest at Melita Kitchen Resto Sumenep*