

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA TOKO GEMBIRA BAKERY KOTA TEBING TINGGI)

Bunga Oktavia

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

bungavia254@gmail.com

Dosen Pembimbing I :
Benhart Naingolan, SE, M.Si

Dosen Pembimbing II :
Dr. Willy Cahyadi, S.Kom, M.Si

Pada saat ini dunia bisnis semakin bersaing, termasuk usaha toko *Bakery*. Dalam bisnis, bauran pemasaran digunakan untuk menetapkan strategi dalam usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen pada Toko Gembira *Bakery* Kota Tebing Tinggi. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi minat beli tersebut diantaranya adalah produk, harga, lokasi dan promosi. Populasi di dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk *home* industri di Toko Gembira *Bakery* Kota Tebing Tinggi dengan membagikan kuesioner. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *cochran*. Metode analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda yang berjumlah 96 orang. Alat analisis menggunakan aplikasi SPSS 25,00. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara bauran. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa : Hipotesis 1 diterima, yaitu produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hipotesis 2 diterima, yaitu harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hipotesis 3 diterima, yaitu lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hipotesis 4 diterima, yaitu promosi berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hipotesis 5 diterima, yaitu produk, harga, lokasi dan promosi berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF THE MARKETING MIX ON
CONSUMER'S PURCHASE INTEREST (CASE STUDY AT SHOP
GEMBIRA BAKERY CITY TEBING TINGGI)**

Bunga Oktavia

Bachelor of Manajement STIE Bina Karya Tebing Tinggi

bungavia254@gmail.com

**Supervisor I :
Benhart Nainggolan, SE, M.Si**

**Suovervisor II :
Dr. Willy Cahyadi, S.Kom, M.Si**

At this time the business world is increasingly competitive, including bakery shop business. In business, the marketing mix is used to determine the strategy in the business. This study aims to measure the effect of the marketing mix on consumer buying interest at the Happy Bakery Shop, Tebing Tinggi City. Factors that can influence buying interest include product, price, location and promotion. The population in this study were consumers who bought home industry products at the Gembira Bakery in Tebing Tinggi City by distributing questionnaires. This type of research uses quantitative research. The sampling technique uses a non-probability sampling technique with the Cochran method. Methods of data analysis using multiple linear regression, amounting to 96 people. The analysis tool uses the SPSS 25.00 application. The results of the study indicate that there is an influence between the mix. The results of hypothesis testing in this research show that: Hypothesis 1 is accepted, namely that the product influences consumer buying interest. Hypothesis 2 is accepted, namely price influences consumer buying interest. Hypothesis 3 is accepted, namely that location influences consumer buying interest. Hypothesis 4 is accepted, namely promotions influence consumer buying interest. Hypothesis 5 is accepted, namely product, price, location and promotion influence simultaneou (simultaneous) on consumer buying interest.

Keywords: Product, Price, Location, Promotion, and Consumer Buying Interest