

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Home Industri Kerupuk Rambak UD.Intan Jaya)” ini ditulis oleh Firda Tria Devi, NIM 12402173229, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Dosen pembimbing Dr. Mashudi M.pd.I .

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin ketatnya persaingan bisnis oleh-oleh kerupuk rambak di kabupaten Tulungagung, maka dari itu sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen, dan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap produk kerupuk rambak UD.Intan Jaya Selain itu tujuan peneliti juga untuk menguji secara parsial dan simultan Pengaruh Kualitas pelayanan, kualitas Produk dan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen kerupuk rambak UD.Intan Jaya.

Metode penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *Simple random Sampling*, sampel penelitian ini sebanyak 97 responden, yaitu konsumen yang pernah membeli kerupuk rambak UD.Intan Jaya. Sumber data diperoleh melalui observasi dan diuji menggunakan *SPSS 21* dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil pengujian Hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan hasil uji F menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Kerupuk Rambak UD.Intan Jaya. Hasil analisis determinan (R sebesar 80,% variabel minat beli dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran. Dan sisanya sebesar 20,% oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Bauran Pemasaran, dan Minat Beli

## **ABSTRACT**

*This thesis with the title "The Influence of Service Quality, Product Quality and Marketing Mix on Consumer Buying Interest (Case Study of Home Industry of Rambak Crackers UD.Intan Jaya)" was written by Firda Tria Devi, NIM 12402173229, Department of Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Tulungagung State Islamic Institute, Supervisor Dr. Mashudi M.pd.I.*

*This research is motivated by the increasingly fierce competition in the rambak cracker souvenir business in Tulungagung district, therefore it is very important to improve service quality, product quality and marketing mix to increase consumer buying interest, and this study aims to find out how much consumer interest in the product. UD.Intan Jaya rambak crackers In addition, the aim of the researcher is to partially and simultaneously test the effect of service quality, product quality and marketing mix on consumer buying interest in UD.Intan Jaya rambak crackers.*

*The research method used is a quantitative approach with associative research type. The technique used in sampling is using Simple random sampling, the sample of this research is 97 respondents, namely consumers who have bought UD.Intan Jaya rambak crackers. Sources of data obtained through observation and tested using SPSS 21 and analyzed using multiple linear regression to prove the hypothesis of this study.*

*The results of hypothesis testing using the t-test indicate that partially the service quality variable has no positive and insignificant effect on consumer buying interest. Product quality variable has a positive and significant effect on consumer buying interest. The marketing mix variable has a positive and significant effect on consumer buying interest. While the results of the F test indicate that partially service quality, product quality and marketing mix have a positive and significant effect on consumer buying interest in UD.Intan Jaya Rambak Crackers. The results of the analysis of the determinants (R of 80.% of the variables of buying interest are influenced by service quality, product quality and marketing mix. And the remainder is 20.% by other variables.*

*Keywords: Service Quality, Product Quality, Marketing Mix, and Buying Interest*