

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Makaroni Lope-lope Pak Hudan” yang ditulis oleh Nor Halilah, NIM. 12402183366, Program Studi Ekonomi Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, M. Ag.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan adanya perkembangan dunia bisnis yang mampu menciptakan pengusaha-pengusaha baru, salah satunya pada industri kuliner. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner dan trend kuliner sebagai gaya hidup masyarakat menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Pertumbuhan bisnis kuliner tersebut juga terjadi di Blitar yang saat ini banyak bermunculan makanan baru, cemilan-cemilan siap saji dengan berbagai varian rasa, salah satunya Makaroni lope-lope.

Tujuan dari penelitian ini yaitu 1) Untuk menjelaskan pengaruh promosi terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 2) Untuk menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 3) Untuk menjelaskan pengaruh harga terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 4) Untuk menjelaskan pengaruh promosi, kualitas produk dan harga terhadap minat pembeli Makaroni lope-lope.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berjenis asosiatif. Populasinya sendiri adalah konsumen dari produk makaroni lope-lope itu sendiri. Teknik pengambilan sampel menggunakan probability sampling dan jenis random sampling. Sedangkan teknik analisisnya menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian yaitu 1) Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 2) kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 3) Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope. 4) berpengaruh secara simultan antara promosi, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Makaroni lope-lope.

Kata kunci: promosi, kualitas produk, harga, minat beli konsumen.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Promotion, Product Quality and Price on Consumer Purchase Interest in Lope-lope Pak Hudan Macaroni" written by Nor Halilah, NIM. 12402183366, Sharia Economics Study Program, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Advisor Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, M. Ag.

This research is motivated by the development of the business world that is able to create new entrepreneurs, one of which is in the culinary industry. The emergence of a variety of unique foods, culinary tourism and culinary trends as people's lifestyles are proof that this business is growing rapidly. The growth of the culinary business also occurs in Blitar, where there are currently many new foods, ready-to-eat snacks with various flavors, one of which is Macaroni lope-lope.

The aims of this study are 1) To explain the effect of promotion on consumer buying interest in Macaroni lope-lope. 2) To explain the effect of product quality on consumer buying interest Macaroni lope-lope. 3) To explain the effect of price on consumer buying interest Macaroni lope-lope. 4) To explain the effect of promotion, product quality and price on the interest of buyers of Macaroni lope-lope.

This research method uses an associative quantitative approach. The population itself is the consumer of the lope-lope macaroni product itself. The sampling technique used is probability sampling and random sampling. While the analysis technique uses multiple linear regression analysis techniques.

The results of the study are 1) Promotion partially has a significant effect on consumer buying interest in Macaroni lope-lope. 2) product quality partially has a significant effect on consumer buying interest in Macaroni lope-lope. 3) Price partially has a significant effect on consumer buying interest in Macaroni lope-lope. 4) the simultaneous effect of promotion, product quality and price have a significant effect on consumer buying interest in macaroni lope-lope.

Keywords: promotion, product quality, price, consumer buying interest.