

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “ Analisis Marketing Mix 7P Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Ayam Goreng Mie Roso Ngunut Tulungagung” ini di tulis oleh Diana Sofia Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG, Dosen Pembimbing : Dr. Refki Rusyadi, M.Pd. I

Penelitian ini dilatar belakangi oleh besarnya pengaruh keputusan pembelian konsumen pada restoran atau membeli di Ayam Goreng Mie Roso Ngunut Tulungagung. Keputusan pembelian sangat berpengaruh penting, karena keputusan pembelian dapat menjadi tolak ukur dalam menentukan harus seperti apa proses pelayanan sampai dengan penyajian pada konsumen yang datang di restoran atau membeli di Ayam Goreng Mie Roso Ngunut Tulungagung.

Penelitian ini berfokus pada Analisis Marketing Mix 7P dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Ayam Goreng Mie Roso di Ngunut Tulungagung. dengan tujuan untuk mengetahui marketing mix 7p dalam meningkatkan minat beli Ayam Goreng Mie Roso ini yang ada di Desa Ngunut Kabupaten Tulungagung, dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif studi kasus yang merupakan pahaman dari sebuah secara rinci yaitu dengan mendapatkan dari beberapa narasumber.

Hasil penelitian ini adalah (1) Strategi Marketing Mix 7p dalam Meningkatkan minat beli konsumen pada ayam goreng mie roso yaitu produk yang dijalankan akan tercapai pada pemasaran, harga sesuai kantong banyak yang menikmati, lokasi yang strategis, promosi yang dilakukan sangat menarik, SDM berkualitas, Proses cepat, bukti fisik yang baik (2) Dampak Marketing Mix 7p yaitu adanya delivery order semakin populer melalui Teknik produksi masa dan di pasarkan mendapatkan keuntungan dari konsumen. (3) Kendala dan Solusi yaitu memperoleh keuntungan. Upaya untuk memperkenalkan usahanya di bidang bisnis

Kata Kunci : *Marketing Mix*, Minat Pembeli, Mieroso, Kabupaten Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis entitled “Marketing Mix 7P Analysis In Influencing Consumer Purchase Intentions in Ayam Goreng Mie Roso Ngunut Tulungagung” was written by Diana Sofia, Depaterment Of Sharia Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, SAYYID ALI RAHMATULLAH TULUNGAGUNG STATE ISLAMIC UNIVERSITY, Advisor :Dr. Refki Rusyadi, M.Pd.I

This research is motivated by the large influence of consumer purchasing decisions at restaurants or buying at Mie Roso Fried Chicken Ngunut Tulungagung. Purchasing decisions have a very important influence, because purchasing decisions can be a benchmark in determining what the service process should be like up to the presentation to consumers who come to restaurants or buy at Mie Goreng Roso Ngunut Tulungagung Chicken.

This research focuses on the 7P Marketing Mix Analysis in Increasing Consumer Purchase Interest in Mie Roso Fried Chicken in Ngunut Tulungagung. with the aim of knowing the marketing mix 7p in increasing interest in buying Mie Roso Fried Chicken in Ngunut Village, Tulungagung Regency, using a qualitative descriptive case study method which is an understanding of a detailed understanding, namely by obtaining from several informants.

The results of this study are (1) 7p form of marketing mix in increasing consumer buying interest in roso noodle fried chicken, namely the product that is carried out will be achieved in marketing, prices according to the pockets of many who enjoy, strategic location, very attractive promotions, quality human resources, Fast process, good physical evidence (2) Impact of Marketing Mix 7p, namely delivery orders are increasingly popular through mass production techniques and are marketed to benefit consumers. (3) Constraints and Solutions namely obtaining profits. Efforts to introduce its business in the business sector

Keywords: Marketing Mix, Buyer’s Interest, Mie Roso Chicken, Ngunut Tulungagung.