

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Promosi, Kualitas Layanan, dan Kualitas Produk dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Kedai Mie Yamin Mamieki Kauman Tulungagung”, ini ditulis oleh Musyafak Bisri, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi promosi, kualitas layanan, dan kualitas produk dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Kedai Mie Yamin Mamieki. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang dilaksanakan di Kedai Mie Yamin Mamieki Kauman Tulungagung. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik kedai, manajer, dan konsumen. Selain itu, observasi langsung dan analisis dokumen juga dilakukan untuk mendalami implementasi strategi promosi, serta aspek kualitas layanan dan produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang dilakukan oleh Kedai Mie Yamin Mamieki melalui periklanan, promosi penjualan dan publisitas dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli. Kualitas layanan, yang ditandai dengan kenyamanan tempat, pelayanan yang ramah, cepat, dan empati juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Sementara itu, kualitas produk, terutama performa, estetika, dan konsistensi menjadi faktor utama yang mendorong konsumen untuk kembali lagi. Secara keseluruhan, ketiga faktor tersebut berinteraksi secara sinergis untuk meningkatkan minat beli konsumen pada Kedai Mie Yamin Mamieki.

Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pelaku usaha kuliner, khususnya mie yamin, untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan produk serta memanfaatkan strategi promosi yang tepat guna mempertahankan dan menarik lebih banyak pelanggan.

Kata kunci : strategi promosi, kualitas layanan, kualitas produk dan minat beli.

ABSTRACT

Thesis with the title ‘Promotion Strategy, Service Quality, and Product Quality in Increasing Consumer Purchase Interest in Kedai Mie Yamin Mamieki Kauman Tulungagung’, was written by Musyafak Bisri, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Dr. Syamsul Umam, S.H.I., M.H..

This study aims to analyse the effect of promotional strategies, service quality, and product quality in increasing consumer buying interest in Kedai Mie Yamin Mamieki. The research method uses a qualitative descriptive method, which is carried out at Kedai Mie Yamin Mamieki Kauman Tulungagung. Data were obtained through in-depth interviews with shop owners, managers, and consumers. In addition, direct observation and document analysis were also carried out to explore the implementation of promotional strategies, as well as aspects of service and product quality.

The results showed that the promotional strategy carried out by Kedai Mie Yamin Mamieki through advertising, sales promotion and publicity can attract consumer attention and increase buying interest. Service quality, which is characterised by the comfort of the place, friendly, fast, and empathetic service also has a significant influence on consumer decisions to make purchases. Meanwhile, product quality, especially performance, aesthetics, and consistency are the main factors that encourage consumers to return. Overall, these three factors interact synergistically to increase consumer buying interest in Kedai Mie Yamin Mamieki.

This study provides recommendations for culinary businesses, especially yamin noodles, to continue to improve service and product quality and utilise the right promotional strategies to retain and attract more customers.

Keywords: *promotion strategy, service quality, product quality and purchase intention.*