

ABSTRAK

Bagus Rahmat Afiatmaja, “Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen di UD Mahmud Pati, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah Tahun 2019.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati (2) pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati (3) pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen di UD Mahmud Pati.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jenis penelitian lapangan (*field research*), jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner penelitian. Kuesioner disusun menurut variabel-variabel penelitian dengan menggunakan pengukuran skala likert dan diolah dengan SPSS 16 *for windows* dengan metode *accidental sampling*, analisis kuantitatif meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dengan uji T, uji F dan uji analisis koefisien determinasi (R^2). Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil analisis mendapatkan bahwa kedua variable yaitu bauran pemasaran dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen. Penelitian ini memberikan implikasi pada UD Mahmud Pati untuk dapat lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terkait dengan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan.

Kata kunci: *Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Konsumen*