

PENGARUH *MARKETING MIX*, TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN
(Study Umkm Roti Fadhilah Jl. Raya Tlogomas 21 Rt. 004/006 Tlogomas Lowokwaru Malang)

Zainuddin
Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Email: zainuddinzaen928@gmail.com

ABSTRAK

Didunia pemasaran global saat ini diwarnai dengan persaingan yang sangat ketat dan hebat. Perkembangan teknologi yang semakin pesat yang canggihmenjadi tantangan para pelaku bisnis dan mendorong pelaku bisnis untuk menguasai teknologi,selain itu para pelaku bisnis juga harus mampu menyesuaikan dengan konsumen karena dalam kegiatan pemasaran konsumenlah yang mampu memegang peran yang berarti bahwa minat beli ada pada tangan konsumen,minat beli konsumen dalam memilih dan menggunakan produk identik dengan minat beli konsumen.Banyak faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen terhadap suatu produk, seperti produk, harga,tempat,dan promosi. Elemen-elemen *marketing mix* yang sering disebut 4P yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *Place* (tempat/ lokasi/ saluran distribusi), *Promotion* (promosi) merupakan variabel-variabel yang dapat dikontrol perusahaan sebagai sarana komunikasi dalam memahami dan memuaskan konsumen.Metode penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif dengan jumlah kuisisioner 100 responden. Dengan menggunakan metode wawancara, kuisisioner dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini signifikan dan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Dengan demikian, hipotesis pertama yang dinyatakan bahwa produk (X1), harga (X2), tempat (X3) dan promosi (X4) secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) dinyatakan terbukti. Secara simultan setelah dilakukan uji F dapat diketahui bahwa variabel *produk, harga, tempat dan promosi* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. apabila *Produk, Harga, tempat dan Promosi* bersama-sama dijalankan, maka akan semakin banyak minat beli konsumen untuk meningkatkan pelanggan. terlihat (sig.) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Begitu juga apabila dilihat dari perbandingan F_{hitung} dan F_{tabel} , F_{hitung} sebesar 35,929 sedangkan F_{tabel} sebesar 2,2654, dilihat dari $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: *Harga, Produk, Promosi, Tempat, Konsumen.*

DAFTAR PUSTAKA

- Aldy. 2016. *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Fadilatama.
- Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Azwar. 2000. *Reabilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Hariadi. 2005. *Strategi Manajemen*. Jakarta : Bayumedia Publishing
- Ridwan. 2003. *Skala pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Rizky. 2014. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama Pt. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan” dalam jurnal *Manajemen & Bisnis Vol 14 No. 02 Oktober 2014 Issn 1693-7619*
- Sevilla, Consuelo. G. 2014. *Pengantar Metode Penelitian*. Jakarta : UI Press.
- Soeharno. 2007. *Ekonomi Manajerial, Edisi 1*. Yogyakarta : Penerbit CV. Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode penelitian bisnis*. Bandung : CV. ALFABETA.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis, Cetakan Ketujuh*. Bandung : Penerbit CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsimi, Ari.K. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rena Cipta.
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor : PT. Ghalia Indonesia.
- Tandjung. 2004. *Marketing Management Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*. Malang : Banyumedia.
- Tjiptono, F. Gregorius, C. Dadi, A. 2008. *Pemasaran Strategik Jilid 1*. Yogyakarta : Penerbit CV. Andi Offset.
- Trang. 2016. “Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International Tbk” dalam jurnal *Malalayang. Vol.4 No.1 Maret, Hal. 472-483*