

## ABSTRAK

### PENGARUH *PROMOTION MIX* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA RESTORAN LESEHAN HIJAU DI PRINGSEWU

Oleh

IMAM YUFFI HASAN

Persaingan bisnis di era globalisasi saat ini berkembang dengan cepat. Sejalan dengan hal tersebut maka dunia industri ikut berkembang semakin luas, kompleks, dan bervariasi. Restoran Lesehan Hijau adalah sebuah restoran keluarga di Kabupaten Pringsewu yang berdiri pada tanggal 25 Mei 2010. Restoran ini mengalami masalah fluktuasi dalam hal penjualan dan konsumen yang datang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *promotion mix* terhadap minat beli konsumen pada restoran lesehan hijau di pringsewu. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang mengetahui restoran Lesehan Hijau. Metode analisis statistik yang terdiri dari, analisis regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis determinasi ( $R^2$ ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Periklanan (*Advertising*) ( $X_1$ ), Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) ( $X_2$ ), Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relations*) ( $X_3$ ), Penjualan Secara Pribadi (*Personal Selling*) ( $X_4$ ), dan Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) ( $X_5$ ) berpengaruh positif secara signifikan dengan sumbangan sebesar 44,6% terhadap minat beli konsumen. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa variabel dengan nilai beta terbesar adalah Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) dan Hubungan Masyarakat dan Publisitas (*Public Relations*) yang memiliki nilai beta yang sama yaitu sebesar 0,244 sedangkan variabel Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*) memberikan pengaruh terkecil dengan nilai  $\beta$  sebesar 0,166.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Minat Beli

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF PROMOTION MIX ON CONSUMER BUYING INTEREST IN RESTAURANT LESEHAN HIJAU IN PRINGSEWU**

**BY**

**IMAM YUFFI HASAN**

*Competition in the era of globalization currently developing quickly. Line with it industry participate developing wider, complex, and varies. Lesehan hijau restaurant is a family restaurant in pringsewu district which was established on 25 may 2010. This restaurant is experiencing fluctuations in terms of sales and consumers coming. The purpose of this research was to determine the influence of promotion mix on consumer buying interest in restaurant lesehan hijau in pringsewu. Sampling methods using non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples in this research were 100 respondents who know lesehan hijau restaurant. The methods of statistical analysis that consists of multiple linier regression analysis, significant simultaneous test ( $F$  test), significant partial test ( $t$  test), and analysis of determination ( $R^2$ ). The result of this research show that the variable Advertising ( $X_1$ ), Sales Promotion ( $X_2$ ), Public Relations ( $X_3$ ), Personal Selling ( $X_4$ ), and Direct Marketing ( $X_5$ ) significantly positive effect with a contribution of 44,6% on buying interest. Quantitative analytical results prove that the variable Sales Promotion and Public Relations provide the most impact to the  $\beta$  value of 0,244 while the variable Direct Marketing provides the smallest effect with a  $\beta$  value of 0,166.*

*Keywords : Promotion Mix, Buying Interest*