

## ABSTRAK

Semakin banyak pilihan toko yang ada, banyak hal yang harus menjadi pertimbangan konsumen untuk memilih berbelanja ditoko yang dipercaya. Saat ini kebanyakan konsumen mengubah pola pikirnya dalam menggunakan sebuah produk. Seseorang dalam membelanjakan uangnya seringkali memprioritaskan keinginan dari pada kebutuhannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh produk, harga, promosi dan pelayanan terhadap minat beli konsumen Rp Shop di Metro. Jenis penelitian kuantitatif yang datanya berbentuk angka dan kualitatif berupa materi. Teknik pengumpulan data dengan melakukan penelitian kepustakaan dan lapangan dengan teknik survei serta menggunakan kuisioner. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *accidental sampling* memperoleh 80 responden. Analisis data menggunakan *Statistical Product and Service Solutions (SPSS Versi 20)*.

Hasil pembahasan bahwa Produk  $T_{hitung} = 1,670 > \text{nilai } T_{tabel} = 1,665$ , harga  $T_{hitung} = 2,550 > \text{nilai } T_{tabel} = 1,665$ , promosi  $T_{hitung} = 2,566 > \text{nilai } T_{tabel} = 1,665$  dan pelayanan  $T_{hitung} = 1,757 > \text{nilai } T_{tabel} = 1,665$ . Hasil pembahasan yang telah dilakukan bahwa produk, harga, promosi dan pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap minat beli konsumen. Uji F menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} = 3,321 > \text{nilai } F_{tabel} = 3,117$  maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi dan pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli, dengan demikian Rp Shop harus tetap memperhatikan produk, harga, promosi dan pelayanan untuk meningkatkan minat beli konsumen.

**Kata Kunci: Produk, Harga, Promosi, Pelayanan dan Minat Beli Kosumen.**