

ABSTRAK

AAN SUHENDRA, NPM 16610102, Analisis Faktor *Marketing Mix* Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Bibit Tanaman Buah (Studi Kasus Di Desa Siraman Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur) : Pembimbing (1) Ery Baskoro,S.E.,M.M. Pembimbing (2) Fitriani,S.E.,M.M.

Minat beli merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan sumber motivasi yang akan mengarahkan pada apa yang akan dilakukan oleh mereka.

Tujuan dalam penelitian ini adalah tentang faktor *marketing mix* yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap bibit tanaman buah (Studi kasus di desa Siraman Kecamatan Pekalongan Kabupaten Lampung Timur) yang terdiri dari atas variabel produk, harga, distribusi dan promosi. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli bibit tanaman buah di Pekalongan Lampung Timur.

Metode analisis yang digunakan adalah uji T (parsial), uji F (simultan), dan analisis koefisien determinasi (R^2). Kesimpulannya adalah analisis produk memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, harga memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, distribusi memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, promosi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Melihat hasil tersebut dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen yaitu produk, harga, distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci: Produk, Harga, Distribusi, Promosi dan Minat Beli Konsumen.