

ABSTRAK

Yulia Ningsih, 15510391. Pengaruh *promotional mix* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan. Skripsi 2019.

Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *promotional mix* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Anugerah Pratama Medan. Metode penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dan kuantitatif. pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Sampel yang diteliti adalah sebanyak 50 konsumen. Hasil penelitian dilihat dari uji t bahwa *Promotional mix* mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap minat beli. Kondisi tersebut dapat dilihat dari variabel *Promotional mix* yang bernilai $13,782 > t_{\text{tabel}} (1,66)$ serta angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada PT. Anugerah Pratama Medan dilihat dari variabel promosi bernilai $1,292 > 1,66$ serta angka signifikan sebesar $0,201 < 0,05$, sedangkan *Promotion mix* dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli pada PT. Anugerah Pratama Medan dilihat dari $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dengan nilai $107,450 > 3,13$ dengan nilai signifikan (p value) $0,000 < 0,05$.

Adapun besarnya pengaruh *promotional mix* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli pada PT. Anugerah Pratama Medan hanya sebesar 76,2% hal itu dapat dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,625 pada *model summary*. Adapun sisanya 23,8% dipengaruhi oleh variabel-variabel independen lain diluar penelitian.

Kata kunci: promotional mix, kualitas pelayanan, minat beli konsumen