

## PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Nok Mulyati

Nomor Mahasiswa : 20010410180

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **“FAKTOR-FAKTOR *MARKETING MIX* YANG MEMPENGARUHI MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO AL-FATH YOGYAKARTA”** tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia karya tersebut

## INTISARI

Tujuan penelitian "Faktor-faktor *Marketing Mix* Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Konsumen pada Toko Al-Fath Yogyakarta" ini adalah menganalisis faktor-faktor *marketing mix* yang berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen pada toko Al-Fath Yogyakarta, serta menganalisis faktor-faktor *marketing mix* yang berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian konsumen pada toko Al-Fath Yogyakarta.

Variabel penelitian yang digunakan adalah variabel produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan dan proses. Analisis didasarkan pada data yang diperoleh dari responden penelitian yang dikumpulkan melalui kuesioner disebarkan kepada orang yang berkunjung di toko Al-Fath Yogyakarta.

Teknik pengambilan sampel adalah *convenience sampling* yang meliputi produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan dan proses. Mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian konsumen kecuali promosi, karyawan dan proses dan berdasarkan hasil uji regresi secara parsial menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan dan proses mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat pembelian konsumen pada toko Al-Fath Yogyakarta. Dan hasil uji regresi secara simultan menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan dan proses mempunyai pengaruh yang serempak terhadap minat pembelian konsumen pada Toko Al-Fath Yogyakarta.

Kata kunci : *marketing mix*, produk, harga, lokasi, promosi, bukti fisik, karyawan