

ABSTRAK

Muhammad Abdul Aziz (1209240136): PENGARUH STRATEGI PEMASARAN DAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (Penelitian Cengkerama Space Kota Bandung)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Strategi Pemasaran, dan Produk terhadap Minat Beli Konsumen Cengkerama Space Kota Bandung. Mengingat meningkatnya persaingan di dunia industri kafe, peran strategi pemasaran dan produk menjadi faktor krusial dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada 97 responden yang merupakan konsumen Konsumen Cengkerama Space. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran secara parsial memiliki pengaruh terhadap Minat Beli. Produk memiliki pengaruh terhadap Minat Beli. Secara simultan, Strategi Pemasaran dan Produk memiliki pengaruh terhadap Minat Beli. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi pemasaran yang efektif yang memiliki kaitan erat dengan Produk serta dapat meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk, Minat Beli Konsumen.



ABSTRACT

Muhammad Abdul Aziz (1209240136): THE INFLUENCE OF MARKETING STRATEGY AND PRODUCT ON CONSUMER BUYING INTEREST (Cengkerama Space Research, Bandung City)

This study aims to analyze the Influence of Marketing Strategy, and Product on Consumer Buying Interest of Cengkerama Space, Bandung City. Given the increasing competition in the cafe industry, the role of marketing strategy and product is a crucial factor in influencing consumer buying interest. The research method used is a quantitative method by distributing questionnaires to 97 respondents who are Cengkerama Space consumers. The data analysis technique used is multiple linear regression to test the effect of independent variables on the dependent variable. The results of the study indicate that Marketing Strategy partially has an influence on Buying Interest. Product has an influence on Buying Interest. Simultaneously, Marketing Strategy and Product have an influence on Buying Interest. This finding indicates that an effective marketing strategy that is closely related to the Product and can increase Consumer Buying Interest.

Keywords: Marketing Strategy, Product, Consumer Buying Interest.

