

## ABSTRAKSI

SASKIA BUNGA. Analisis pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap intensi pembelian Kedai 3 Saudara Cemara (di bimbing oleh bapak Mudjiarto).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap intensi pembelian Kedai 3 Saudara Cemara. Variabel *independent* terdiri atas produk, harga, tempat, promosi, orang / karyawan, proses, bukti fisik. Sedangkan variabel *dependent* adalah intensi pembelian. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Responden dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Kedai 3 Saudara Tanjung Duren, Jakarta Barat yang berjumlah tidak diketahui, dengan kriteria usia minimal 17 tahun dan konsumen Kedai 3 Saudara Cemara Tanjung Duren, Jakarta Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel proses memiliki pengaruh terhadap intensi pembelian, sedangkan variabel produk, harga, tempat, promosi, orang / karyawan, bukti fisik tidak memiliki pengaruh terhadap intensi pembelian.

Kata kunci: bauran pemasaran jasa 7P, intensi pembelian.

## **ABSTRACT**

*SASKIA BUNGA. Analysis of Marketing Mix influence on purchase intention Kedai 3 Saudara Cemara (Supervisor by Mr. Mudjiarto).*

*This study aims to determine the effect of the marketing mix on purchase intention Kedai 3 Saudara Cemara. The independent variables consist of the product, price, place, promotion, people, process, physical evidence. While the dependent variable is the purchase intention. The samples used in this study were 100 respondents. Respondents in this study were all consumers Kedai 3 Saudara Cemara Tanjung Duren, West Jakarta which amounts are not known, the criteria of a minimum age 17 years and consumers Kedai 3 Saudara Cemara tanjung Duren, West Jakarta. The method of analysis used in this study is multiple linear regression.*

*The results showed that the process variable that have influence on purchase intention, while the variables of product, price, place, promotion, people, physical evidence had no influence on purchase intention.*

*Keywords: service marketing mix 7P, purchase intention.*