

## ABSTRAK

**Novita R. Husain. 931 410 039. 2014.** *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Komsumen Pada CV. Anugerah Utama Cabang Gorontalo.* Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Bapak Dr. Arifin Tahir, M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Meyko Panigoro, S.Pd., M.Pd selaku pembimbing II.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada CV. Anugerah Utama Cabang Gorontalo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini digunakan untuk meramalkan pengaruh antara variabel yang satu dengan variabel yang lain dalam penelitian ini yaitu variabel X (Strategi Pemasaran) merupakan variabel *independen* (bebas) dan variabel Y (Minat Beli) merupakan variabel *dependen* (terikat). Instrument yang digunakan adalah data primer serta untuk menganalisis data digunakan analisis linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Strategi Pemasaran terhadap Minat Beli pada CV. Anugerah Utama Cabang Gorontalo dengan hasil uji diperoleh persamaan regresi linier  $\hat{Y} = 5,276 + 0,354 X$  dan pengujian hipotesis ini diperoleh nilai  $t_{hitung} = 9,372$ , dengan menggunakan batas signifikan  $\alpha = 0,05$  didapat  $t_{tabel (95\% : 100-1-1)}$  sebesar 1.98. Dari hasil tersebut maka kriteria pengujian yaitu  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $P_{value} < \alpha$  yang artinya  $H_0$  dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian hipotesis uji t variabel Strategi Pemasaran memiliki pengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen, serta variabel Strategi Pemasaran memiliki koefisien korelasi sebesar 68,7% dan koefisien determinasi sebesar 0,467 yang artinya terdapat pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen 46,7%, serta sisanya 53,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti keinginan, kebutuhan dll. Hipotesis : Berdasarkan hasil teori yang diberikan sebelumnya maka ditetapkan hipotesis penelitian sebagai berikut: Terdapat pengaruh positif Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen pada CV. Anugerah Utama Cabang Gorontalo.

**Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Minat Beli Konsumen**