

ABSTRAK

Salah satu usaha jasa yang saat ini banyak di minati oleh masyarakat ialah jasa *Make Up*, jasa *Make Up* merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa rias pengantin, wisuda dan lain sebagainya. Di Madura lebih tepatnya di kota Bangkalan terdapat jasa *make up* yaitu Muslimah *Wedding Mas Sale*, dimana usaha jasa tersebut bergerak di bidang jasa *make up* seperti *make up wedding*, *make up* wisuda dan lain sebagainya, selain itu mereka juga membuka jasa sewa seperti, dekorasi dan busana pernikahan. Di Muslimah *Wedding Mas Sale*, mereka selalu melakukan pembaruan produk seperti model *make up*, dekorasi dan busana yang terbaru, selain itu mereka tidak lupa untuk selalu mempromosikan usaha jasanya, salah satunya di sosial media, serta aktivitas-aktivitas lain yang bersangkutan dengan alat-alat pemasaran. Bauran pemasaran digunakan untuk membentuk sebuah karakteristik dari jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, selain itu bauran pemasaran digunakan untuk menarik minat dari konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran (produk, harga, promosi, lokasi, karyawan, proses dan bukti fisik) terhadap minat konsumen dan variabel bauran pemasaran manakah yang paling memiliki pengaruh terhadap minat konsumen.

Penelitian ini menggunakan Analisis Kuantitatif, dalam penelitian ini jumlah responden yang diteliti sebanyak 80 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang sifatnya tertutup dengan *Skal Likert*. Setelah data terkumpul, selanjutnya data di uji menggunakan beberapa uji, diantaranya uji instrument data, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian diperoleh informasi yang dapat disimpulkan bahwa pada uji persial, variabel harga, lokasi, dan proses proses menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen sedangkan pada variabel produk, promosi, karyawan dan bukti fisik terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat konsumen. Pada uji simultan variabel-variabel bauran pemasaran secara bersamaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Syariah, Minat

ABSTRACT

One service business that is currently much in demand by the community is Make Up services, Make Up services are businesses that are engaged in bridal makeup services, graduation and so forth. In Madura, more precisely in the city of Bangkalan, there is a make up service, namely Muslimah Wedding Mas Sale, where the service business is engaged in make up services such as make up wedding, make up for graduation and so on, in addition they also open rental services such as decorations and wedding attire. At Muslimah Wedding Mas Sale, they always make product updates such as the latest make-up, decoration and fashion models, besides that they don't forget to always promote their services, one of them on social media, as well as other activities related to tools marketing. The marketing mix is used to form a characteristic of the services offered to customers, besides that the marketing mix is used to attract interest from consumers.

This study aims to determine how the influence of the marketing mix (product, price, promotion, location, employee, process and physical evidence) on consumer interest and which marketing mix variables have the most influence on consumer interest

This study uses quantitative analysis, in this study the number of respondents studied was 80 respondents. The method of data collection uses a questionnaire that is closed with Skala Likert. After the data is collected, then the data is tested using several tests, including test data instruments, classic assumption tests, and hypothesis testing.

From the results of the study obtained information that can be concluded that in the press test, price variables, , location, and process show no significant influence on consumer interest while on product variables, promotion, employees and physical evidence there is a significant influence on consumer interest. In the simultaneous test the marketing mix variables simultaneously have a significant influence on consumer interest.

Keywords: Marketing Mix Syariah, Interest