

ABSTRAK

Ngorea bistro telah membuat Promosi yang baik dan kualitas pelayanan yang baik untuk para konsumen sehingga konsumen berminat untuk datang dan membeli produk di Ngorea bistro. Namun jika kita lihat lebih rinci, akan muncul sebuah gambaran tentang masalah yang dihadapi oleh Ngorea bistro saat ini, yaitu promosi yang dibuat oleh Ngorea bistro telah dirasa baik dan menarik, kualitas pelayanan yang diberikan sudah maksimal namun minat beli konsumen Ngorea bistro sendiri masih kurang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan hasil analisis mengenai seberapa besar pengaruh promosi dan kualitas pelayanan dalam menentukan minat beli konsumen pada Ngorea bistro. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verivikatif dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dalam pengambilan sampel. Pengolahan data dilakukan dengan analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa promosi memiliki kaitan erat terhadap minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa Hal yang sama bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat terhadap minat beli. Saran penelitian diantara lain, membuat promosi Ngorea bistro lebih jelas dan menarik misalnya dengan melakukan promosi dengan memberikan jadwal promosi seperti hari apa saja akan dilakukan promosi sehingga jelas dalam memberikan informasi, Pembetulan dalam hal komposisi warna dalam setiap desain iklan yang dibuat di sosial media Ngorea bistro. misalnya pemberian warna yang harus cocok antara desain yang dibuat dengan warna tulisan informasinya dengan diberi warna cerah (merah, biru, kuning, hijau) sehingga konsumen tertarik untuk melihatnya, Pemberian pelatihan *Customer Service Excellent* kepada setiap pegawai Ngorea bistro agar dapat menciptakan kesiapan, kecepatan, dan kesabaran. Pemberian pelatihan ini dapat dilakukan secara bertahap dan bergantian pada pegawai Ngorea bistro.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Minat Beli

ABSTRACT

Ngorea bistro has made a good promotion and good quality service to consumer, so that the consumer interested to come and buy the products on Ngorea bistro. But if we look in more detail, will show a picture of the problems faced by Ngorea bistro today, the promotion caused by consumer have felt good, quality service created to has good quality, but consumer in the buying interest still less interested.

The purpose of this research is to get the results of a study on how much influence the promotion and quality service in consumer buying interest Ngorea bistro. This research uses descriptive verification method using accidental sampling technique of sampling. Data processing is done by the analysis of the correlation coefficient, coefficient of determination, hypothesis testing.

Based on the results of this study concluded that the promotion is closely related to the consumer buying interest. It see that the same thing that the quality of service is closely related to the consumer buying interest. Suggestions research among other make the promotion of Ngorea bistro is more obvious and interesting. Example doing a promotion by providing promotional schedule like today what will be done promotions and must obvious in providing information, Improvements in terms of the composition of colours in each ads created in social media Ngorea bistro. For example the granting of color must match between the designs and with the writing of the information given with bright colors (red, blue,yellow,green) so that consumers are interested to see it, granting excellent customer service training to every employee of Ngorea bistro in order to create the readiness, speed, and patience. The granting of this training can be done gradually and alternately on employee of Ngorea bistro.

Keywords: Promotion, Service Quality, Buying Interest