

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli pada Nasi Goreng Mafia, dilatarbelakangi saat ini usaha bisnis makanan kuliner sangat marak, selain kebutuhan setiap orang, juga laba yang sangat menggiurkan. Di Indonesia sendiri sudah banyak jenis kuliner makanan, baik dari kuliner, barat sampai kuliner tradisional. Nasi Goreng Mafia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha kuliner makanan Nama yang unik dan inovasi yang sangat banyak membuat perusahaan ini memiliki omzet jutaan rupiah perbulan.

Data diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada responden yang mengetahui Nasi Goreng Mafia yang tinggal di wilayah Bandung. Alpha yang digunakan yaitu 10%, sehingga jumlah sampel sebanyak 100 orang responden dengan mengetahui Nasi Goreng Mafia di Bandung. Hasil penelitian membuktikan bahwa bauran pemasaran terhadap minat beli sebesar 72,74%. Termasuk dalam kategori baik hal ini menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang dilaksanakan Nasi Goreng Mafia terbilang berhasil dan sanggup direspon dengan baik oleh para konsumen atau calon konsumen. Minat beli berada dalam kategori baik. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat skor rata – rata sebesar 71,56%. Dengan kata lain masyarakat khususnya yang berdomisili di kota Bandung mempunyai minat beli yang baik. Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli sebesar 67,7%. Artinya bahwa pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli sudah baik dan mempunyai pengaruh yang kuat.

Kata kunci: bauran pemasaran, minat beli