

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin menjamurnya bisnis pasar modern yang tercipta di Kota maupun di Kabupaten Bandung sehingga menimbulkan persaingan antar pasar modern terutama yang berjenis retail, salah satunya pasar modern retail yang terbesar Kabupaten Bandung yaitu Transmart Buah Batu, pada hasil pra-survey yang di sebar oleh peneliti, sebanyak 30 responden memilih kurang berminat berbelanja di Transmart Buah Batu, mereka tidak terlalu tertarik berbelanja di Transmart Buah Batu karena harganya yang mahal, layanan seperti diskon yang hanya memakai fasilitas produk transaksi tertentu saja dan promonya yang kurang menarik. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di Transmart Buah Batu. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap minat beli konsumen di Transmart Buah Batu baik parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling jenis Accidental Sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitas pelayanan, promosi dan minat beli secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi linier berganda menunjukkan kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap minat beli pengunjung Transmart Buah Batu Bandung secara simultan. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dan promosi secara bersama-sama sebesar 71,4% terhadap minat beli dan sisanya 28,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti store atmosphere, harga dan bauran pemasaran. Secara parsial kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif terhadap minat beli. Besarnya pengaruh paling tinggi yaitu promosi yaitu 45,2% dan pengaruh paling rendah yaitu kualitas pelayanan yaitu 26,1%

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, promosi, minat beli, *retail*, pasar modern