

## ABSTRAK

Syafni Marlina, NIM 3722133, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Skripsi saya yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Cita Rasa terhadap Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Lubuak Idai Sungai Sirah Kecamatan Sungai Limau Kabupaten Padang Pariaman”**, dengan dosen pembimbing yaitu Bapak Amsah Hendri Doni, S.E, M.E.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan jumlah konsumen Rumah Makan Lubuak Idai secara signifikan selama periode 2020–2024 yang mengindikasikan melemahnya minat beli konsumen akibat adanya ketidakkonsistenan operasional, kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa makanan. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dan pengalaman nyata yang diterima, sehingga perlu dianalisis faktor-faktor yang memengaruhinya secara empiris. Persaingan usaha rumah makan yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Pentingnya memperhatikan kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa karena ketiga faktor tersebut berperan penting dalam membentuk persepsi serta minat beli konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Lubuak Idai.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif kausal melalui survei. Populasi penelitian bersifat tidak terhingga, sehingga teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen yang pernah makan maupun calon konsumen yang mengetahui Rumah Makan Lubuak Idai. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 26.0 dengan tahapan uji instrument penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolonieritas, dan uji heterokedastistas), analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), serta pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen (Y) dengan nilai  $t_{hitung}$  2,585 > 1,984 dan signifikansi  $0,011 < 0,05$ , harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  4,961 > 1,984 dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ , serta cita rasa ( $X_3$ ) berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai  $t_{hitung}$  3,498 > 1,984 dan signifikansi  $0,001 < 0,05$ . Nilai  $R^2$  sebesar 0,581 menunjukkan 58,1% variasi minat beli dijelaskan oleh ketiga variabel, dan nilai  $F_{hitung}$  44,347 >  $F_{tabel}$  2,7 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  membuktikan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan cita rasa secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Harga, Cita Rasa, Minat Beli Konsumen.