

ABSTRACT

This study entitled "The influence of physical evidence and product differentiation on buying interest and word of mouth as intervening variable at minimarket Rita Jaya Tegal. In order to realize good physical evidence and affect product differentiation, word of mouth and buying interest. The purpose of this study was to determine the effect of physical evidence and product differentiation on word of mouth and buying interest in minimarket rita jaya tegal. The population of this study is the customer who had bought a product in the minimarket Rita Jaya tegal. The number of samples researched in this research is 100 respondents. The sampling technique used is purposive sampling. The results of this study indicate that physical evidence variables (x1), product differentiation (x2), have a positive and significant effect on word of mouth (y1). And also, variable of physical evidence (x1), product differentiation (x2), word of mouth (y1) have positive and significant effect to buying interest (y2)

Keywords: Physical Evidence, Product Differentiation, Word of Mouth and Buy Interest.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “pengaruh bukti fisik dan diferensiasi produk terhadap minat beli dan *word of mouth* sebagai variabel intervening pada minimarket Rita Jaya Tegal. Dalam rangka mewujudkan bukti fisik yang baik dan mempengaruhi diferensiasi produk, *word of mouth* dan minat beli. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bukti fisik dan diferensiasi produk terhadap *word of mouth* dan minat beli pada minimarket Rita Jaya Tegal. Adapun populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang pernah membeli produk di minimarket Rita Jaya Tegal. Jumlah sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (x1), diferensiasi produk (x2), berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (y1). Dan juga variabel bukti fisik (x1), diferensiasi produk (x2), *word of mouth* (y1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (y2)

Kata Kunci: Bukti Fisik, Diferensiasi Produk, *Word of Mouth* dan Minat Beli.