

ABSTRAK

Penelitian berjudul **Pengaruh Pemasaran PT. An-Nur Maarif (Faza Tour) Palembang Terhadap Minat Pelanggan.** tujuan dalam penelitian untuk mengetahui pengaruh pemasaran PT. An-Nur Maarif (faza tour) Palembang terhadap minat pelanggan. Dengan metodologi penelitian yang digunakan yakni kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji linier berganda dan hipotesis. Hasil penelitian yaitu berdasarkan analisis data yang dilakukan penulisan, diketahui besarnya nilai $t=23.445$ sedangkan nilai sig sebesar 0,020. Nilai sig kecil dari nilai signifikansi 0,05 hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pemasaran (X) terhadap variabel Minat Pelanggan (Y). Diperoleh nilai secara parsial nilai $t_{hitung} 2.466 > 2.0484$ (lihat t_{tabel}) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya ada pengaruh pemasaran PT. An-Nur Maarif (Faza Tour) Palembang terhadap minat pelanggan. Pada kolom R *Square* diperoleh nilai 0.952 hal ini menunjukkan memiliki pengaruh sebesar 95% pengaruh pemasaran.

Kata kunci: *strategi pemasaran, minat pelanggan.*