

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Minat beli konsumen pada UD Raja Mobil Sidoarjo. Faktor-faktor tersebut adalah suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk. Pelaksanaan kualitas produk yang tepat akan menimbulkan minat beli konsumen pada UD Raja Mobil Sidoarjo. Minat konsumen timbul dipengaruhi oleh suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk. suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen menunjukkan hubungan positif dan signifikan.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 50 orang responden yang diambil menggunakan teknik sampel Slovin pada konsumen UD Raja Mobil Sidoarjo. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh berupa data kualitatif dan data kuantitatif. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda yang diolah dengan program *SPSS V.16.0 for windows*. Sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.436 + 0.276 X_1 + 0,233 X_2 + 0.143 X_3 + 0.336 X_4$$

Hasil analisis menyimpulkan bahwa nilai koefisien regresi variabel suasana toko 0.276, variabel harga 0,233, variabel lokasi 0.143, variabel kualitas produk 0.336 dan variabel minat beli 0.436. Hasil uji t variabel suasana toko sebesar $2.998 \geq 2,014$ (t hitung \geq t tabel), variabel harga sebesar $2.875 \geq 2,014$ (t hitung \geq t tabel), variabel lokasi sebesar $2.029 \geq 2,014$ (t hitung \geq t tabel) dan variabel kualitas produk sebesar $4.055 \geq 2,014$ (t hitung \geq t tabel) artinya bahwa keempat variabel independen yang diteliti, secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Kemudian melalui uji F diketahui bahwa variabel suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai F hitung sebesar $20.248 \geq 2,57$ (F hitung \geq F tabel). Pada penelitian ini variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat beli konsumen adalah variabel kualitas produk. Dan Nilai R^2 sebesar 0,638 menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk dalam mempengaruhi minat beli konsumen sebesar 63,8 %. sedangkan sisanya 36,2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Kata kunci : Suasana toko, harga, lokasi, dan kualitas produk dan minat beli konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and analyze the factors that influence consumer buying interest in UD Raja Mobil. These factors are the store atmosphere, price, location, and quality of products. Implementation of the right product quality will lead to consumer purchase interest in UD Raja Mobil Sidoarjo. Consumer interest arising influenced by the atmosphere of the store, price, location, and quality of products. store atmosphere, price, location, and quality of products on consumer buying interest showed positive and significant correlation.

In this study, data were collected through questionnaires to 50 respondents drawn using sampling techniques Slovin on consumers UD Raja Mobil Sidoarjo. Then analysis of the data obtained in the form of quantitative and qualitative data. Test equipment used is the technique of multiple linear regression analysis were processed with SPSS V.16.0 for windows. Resulting in regression equation as follows:

$$Y = 0436 + 0276 X1 + 0.233 X2 + 0.143 X3 + 0.336 X4$$

The results of the analysis concluded that the regression coefficient store atmosphere variable 0276, the price variable 0.233, the location variable 0.143, the variable quality of the product 0.336 and the buying interest variable 0436. The results of the t test variables shop atmosphere at $2,998 \geq 2.014$ ($t \geq t$ table), the variable price of $2.875 \geq 2.014$ ($t \geq t$ table), the variable location of $2,029 \geq 2.014$ ($t \geq t$ table) and the variable quality of the products of $4055 \geq 2.014$ ($t \geq t$ table) means that four independent variables studied, partially significant effect on consumer buying interest. Then through the F test found that the variable store atmosphere, price, location, and quality of products together have a significant effect on consumer buying interest with the calculated F value of $20\ 248 \geq 2.57$ (F count $\geq F$ tables). In this study the variables dominant influence on consumer purchase interest is the variable quality of the product. And R^2 value of 0.638 indicates that the contribution of variable store atmosphere, price, location, and quality of products in influencing consumer buying interest amounted to 63.8%. while the remaining 36.2% is influenced by other variables outside the model.

Keywords: Atmosphere stores, price, location, and quality of products and consumers to buy.