

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variabel pelayanan, lokasi dan harga terhadap minat beli pelanggan di bengkel MJM Malang. Jenis penelitian yang digunakan yakni penelitian kuantitatif dengan metode penelitian *Explanatory* atau disebut juga penelitian verifikatif yang bertujuan untuk menguji suatu kebenaran melalui pengujian hipotesis tentang sebab-akibat antara berbagai variabel yang diteliti. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik simple random sampling, yaitu pengambilan sampel yang mengedepankan prinsip bahwa setiap sampel atau individu memiliki kemungkinan yang sama untuk terpilih secara acak menggunakan rumus slovin dengan jumlah 95 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan, lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan, dan harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap minat beli pelanggan.

Kata kunci: pelayanan, lokasi, harga, minat, beli, pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service, location and price variables on customer buying interest at MJM Malang repair shop. The type of research used is quantitative research with explanatory research methods or also called verification research which aims to test a truth through testing hypotheses about causation between the various variables studied. The sampling method used a simple random sampling technique, namely sampling that puts forward the principle that each sample or individual has the same probability of being randomly selected using the Slovin formula with a total of 95 respondents. The data analysis technique in this study used the multiple linear regression method. The results showed that service had a positive and significant effect on customer buying interest, location had a significant effect on customer buying interest, and price had a positive but not significant effect on customer buying interest.

Keywords: service, location, price, customers, buy, interest.