

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Implikasi Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen pada KofiBrik Kepuhkiriman Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengujian hipotesis dengan analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dan diperoleh jumlah sampel sebesar 100 reponden. Alat uji ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software *IBM SPSS Statistic 26*. Hasil pengujian ini diperoleh $F_{hitung} 115,089 > F_{tabel} 2,70$ dengan nilai signifikansi 0.000 dan uji t variabel Harga $t_{hitung} 3,692 > t_{tabel} 1,984$, Fasilitas $t_{hitung} 1,477 < t_{tabel} 1,984$, dan Lokasi $t_{hitung} 4,675 > t_{tabel} 1,984$ yang artinya Harga dan Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Minat Beli Konsumen. Dan variabel yang paling berpengaruh secara dominan yaitu variabel Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Pada KofiBrik Kepuhkiriman Sidoarjo.

Kata Kunci : Harga, Fasilitas, Lokasi, Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

This study was conducted to determine the implications of price, facilities and location on consumer buying interest at KofiBrik Kepuhkiriman Sidoarjo. This research is a research using a quantitative approach that focuses on testing hypotheses by analyzing statistical methods and producing conclusions that can be generalized. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with the accidental sampling method and the number of samples obtained is 100 respondents. This test tool uses multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistic 26 software. The results of this test are obtained $F_{count} 115.089 > F_{table} 2.70$ with a significance value of 0.000 and variable t test Price $t_{count} 3.692 > t_{table} 1.984$, Facility $t_{count} 1.477 < t_{table} 1.984$, and Location $t_{count} 4.675 > t_{table} 1.984$, which means that price and location have a partial effect on consumer buying interest. And the most dominant variable is the location variable on consumer buying interest at KofiBrik Kepuhkiriman Sidoarjo.

Keywords: Price, Facilities, Location, Consumer Buying Interest