

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN *WORD OF MOUTH COMMUNICATION* TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA CV. CAHAYA JATI SUKARAME BANDAR LAMPUNG

Oleh:

FITRI RAMADHAN S

Minat beli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat. Minat beli yang ada dalam diri konsumen merupakan fenomena yang sangat penting dalam kegiatan pemasaran, minat beli merupakan suatu perilaku konsumen yang melandaskan suatu keputusan pembelian yang hendak dilakukannya.

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang dilakukan di CV. Cahaya Jati Sukarame Bandar Lampung diketahui bahwa minat beli konsumen tergolong rendah. Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan mengetahui pengaruh positif kualitas produk, harga, lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada CV. Cahaya jati Sukarame Bandar Lampung. Populasi penelitian ini adalah konsumen CV. Cahaya Jati Sukarame Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yaitu *accidental sampling* dengan menggunakan rumus *Slovin* didapat sebanyak 94 konsumen. Metode yang digunakan adalah deskriptif verifikatif dengan menggunakan pendekatan *expost facto* dan *survey*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, ada pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan *word of mouth communication* terhadap minat beli konsumen pada CV. Cahaya jati Sukarame Bandar Lampung. Berdasarkan analisis data diperoleh $F_{hitung} 194,187 > F_{tabel} 2,47$ yang ditunjukkan dengan *regresi linier multiple* dengan koefisien determinasi (r^2) 0,897 yang berarti keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga, lokasi dan *word of mouth communication* sebesar 89,7% sisanya 10,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: harga, kualitas produk, lokasi, minat beli, *word of mouth communication*