

ABSTRAK

PENGARUH SUASANA TOKO DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI SUPERMARKET GELAEI KOTA BANDARLAMPUNG

Oleh

Farhan Wahyudi Intama

Tingkat persaingan yang semakin tinggi mengakibatkan konsumen memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap kualitas, pilihan produk, lokasi toko, toko yang lebih nyaman dan pelayanan yang lebih bernilai, namun dengan membayar lebih murah, waktu lebih cepat, dengan usaha dan resiko yang lebih rendah. Pada saat ini kompetisi pada usaha ritel tidak hanya pada harga, namun menyangkut variabel lain yang berkaitan dengan nilai atas pengalaman berbelanja pelanggan.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah Suasana Toko (*Store Atmosphere*) dan Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Supermarket Gelael Bandar Lampung

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* dan Lokasi terhadap minat beli konsumen pada Supermarket Gelael Bandar Lampung.

Hipotesisnya adalah diduga *store atmosphere* dan lokasi berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di Supermarket Gelael Bandar Lampung.

Farhan Wahyudi Intama

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Sedangkan analisis kuantitatif dilakukan dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil regresi linear berganda membuktikan minat beli konsumen terhadap produk supermarket Gelael dipengaruhi oleh suasana toko, lokasi toko. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 63,70%, sedangkan sisanya 36,30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak teridentifikasi. Angka pengaruh sebesar 63,70% menunjukkan bahwa, suasana toko dan lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen terhadap produk supermarket Gelael di Kota Bandarlampung.

Diharapkan supermarket Gelael sebaiknya senantiasa mempertahankan dan meningkatkan suasana toko dan lokasi. Hal ini disebabkan karena variabel suasana toko merupakan variabel yang paling kuat dan dominan berpengaruh terhadap minat beli.