

ABSTRAK

Latar belakang dalam penelitian ini adalah semakin tingginya kebutuhan konsumen dalam berbelanja memenuhi kebutuhannya, akan berpengaruh juga pada perilaku konsumen dalam memilih produk yang akan mereka beli. Ditunjang dengan semakin banyaknya bisnis usaha retail yang berada di sekitar Unimus Mart yang juga menawarkan keunggulannya demi menarik minat beli konsumen, menjadikan persaingan bisnis ini semakin ketat.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui : (1) pengaruh variabel harga, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada Unimus Mart (2) pengaruh variabel harga, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Unimus Mart. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah sebagai konsumen Unimus Mart, penentuan sampel ini menggunakan rumus Slovin dengan hasil 100 responden. Teknik pengumpulan data didalam penelitian ini menggunakan kuisioner dan wawancara sebagai pendukung. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan *Software SPSS for Windows Versi 22*, uji asumsi klasik, uji t, uji F dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) harga berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, (2) lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen, (3) kelengkapan produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen, (4) kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen. (5) harga, lokasi, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : *Harga, Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Minat Beli*

ABSTRACT

The background in this study is the higher consumer needs in shopping to meet their needs, it will also affect consumer behavior in choosing the products they will buy. Supported by the increasing number of retail businesses around Unimus Mart which also offer its advantages in order to attract consumer buying interest, making this business competition tighter.

The purpose of this study is to find out : (1) the influence of price variables, location, product completeness and service quality partially on consumer buying interest in Unimus Mart (2) the influence of price variables, location, product completeness and service quality simultaneously on consumer buying interest in Unimus Mart. The approach used in this study is a quantitative approach. The sample used in this study was a student of the University of Muhammadiyah as a consumer of Unimus Mart, the determination of this sample used the Slovin formula with the results of 100 respondents. Data collection techniques in this study used questionnaires and interviews as support. Data analysis techniques using multiple linear regression and hypothesis tests using SPSS software for windows version 22, classical assumption tests, t tests, F tests and coefficients of determination.

The results of this study show that (1) price has a significant positive effect on consumer buying interest, (2) location does not affect consumer buying interest, (3) product completeness has a significant positive effect on consumer buying interest, (4) service quality has a significant positive effect on consumer buying interest. (5) price, location, product completeness and service quality simultaneously have a significant positive effect on consumer buying interest.

Keywords : *Price, Location, Product Completeness, Service Quality, Buying Interest*