

PENGARUH LOKASI DAN SUASANA TOKO SERTA PROMOSI TERHADAP MINAT BELI PELANGGAN PADA BUTIK SIHOMBING

Oleh
Silvanus Lorca Ave Wicaksana, NIM 1717041155
Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari lokasi, suasana toko dan promosi baik secara simultan maupun parsial terhadap minat beli pelanggan di Butik Sihombing. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif kausal. Penentuan sampel dalam penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan adalah 180 responden. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah metode observasi, pencatatan dokumen, dan metode kuesioner, serta teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) Lokasi, suasana toko dan promosi memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli pelanggan di Butik Sihombing. (2) Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan di Butik Sihombing. (3) Suasana toko memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan di Butik Sihombing. (4) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan di Butik Sihombing.

Kata Kunci: lokasi, minat beli, promosi, suasana toko.

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of location, store atmosphere and promotions both simultaneously and partially on customer buying interest at Sihombing Boutique. The research design used was causal quantitative research. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique. The number of samples used was 180 respondents. The instruments used in data collection were the observation method, document recording, and the questionnaire method, and the data analysis technique used was multiple linear regression analysis. The results of this study are: (1) Location, store atmosphere and promotion have a significant influence on customer buying interest at Sihombing Boutique. (2) Location has a positive and significant influence on customer buying interest at Sihombing Boutique. (3) Store atmosphere has a

positive and significant influence on customer buying interest at Sihombing Boutique. (4) Promotion has a positive and significant influence on customer buying interest at Sihombing Boutique.

Keywords : *location, buying interest, promotion, shop atmosphere*

