

ABSTRAK

Fachmi Hery Sanjaya (1148020106): “Pengaruh Suasana Toko, Promosi Penjualan dan Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Toserba Griya Grand Cinunuk)”.

Suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan adalah salah satu stimulus penting dalam *retailing mix* yang mampu mempengaruhi minat beli pada konsumen. Karena konsumen tidak hanya memberikan respon terhadap produk yang tersedia, tetapi juga dengan faktor-faktor penunjang lain seperti suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan agar mendorong keinginan konsumen untuk mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang ditawarkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen, (2) pengaruh promosi penjualan terhadap minat beli konsumen, (3) pengaruh pelayanan terhadap minat beli konsumen, (4) pengaruh suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan secara simultan terhadap minat beli konsumen.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Toserba Griya Grand Cinunuk yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non random/ insidental sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Metode pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, analisis regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji parsial, uji simultan, uji koefisien korelasi dan uji determinasi.

Hasil analisis data dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel suasana toko (X1) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.762 < 1.611$). variabel promosi penjualan (X2) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.988 > 1.611$). variabel pelayanan (X3) berpengaruh terhadap minat beli konsumen (Y), dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2.808 < 1.611$). suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen dengan nilai F hitung sebesar 25.711 dan lebih besar dari F tabel untuk $\alpha=0.05$ sebesar 2.70 dengan nilai probabilitas (sig) = 0.000. besarnya koefisien determinan $Rsquare = 0.446^2$ itu artinya suasana toko, promosi penjualan dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan sebesar 44.6% dan besarnya pengaruh variabel lain yang tidak diteliti adalah sebesar 55.4%.

Kata Kunci: *Suasana Toko, Promosi Penjualan, Pelayanan dan Minat Beli*