

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Bana Swalayan Ujung Gading Kab. Pasaman Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain penelitian kasual, dan deskriptif. Desain penelitian kasual adalah hubungan yang bersifat sebab akibat. Metode pengumpulan data melalui survey dan menyebarkan kuesioner. Dalam penelitian ini, Kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan digunakan sebagai variabel independen dan Minat Beli sebagai variabel dependen. Cara penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus Ferdinand yaitu 25 dikali jumlah variabel independen sehingga didapatlah sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden. Data pada penelitian ini dianalisis dengan teknik uji instrumen, uji deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji T, uji F, dan uji koefisien determinasi, dan dengan menggunakan bantuan alat analisis data SPSS versi 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli, harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli, Secara simultan kelengkapan produk, harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat beli.

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

ABSTRACT

This study aims to determine how much influence Product Completeness, Price, Location, and Service Quality have on Consumer Purchase Interest in Bana Supermarkets, Ujung Gading, Kab. West Passage. This study uses a quantitative method with a casual and descriptive research design. The casual research design is a causal relationship. Methods of data collection through surveys and distributing questionnaires. In this study, product completeness, price, location, and service quality are used as independent variables and purchase intention as the dependent variable. The way to determine the sample in this study is to use the Ferdinand formula, which is 25 multiplied by the number of independent variables so that a sample of 100 respondents is obtained in this study. The data in this study were analyzed using instrument test techniques, descriptive tests, classical assumption tests, multiple linear regression tests, T tests, F tests, and coefficient of determination tests, and with the help of SPSS version 21 data analysis tools. The results of this study indicate that product completeness partially has a negative and significant effect on purchase intention, price partially has a positive and significant effect on purchase intention, location partially has a positive and significant effect on purchase intention, service quality partially has no effect on purchase intention , Simultaneously product completeness, price, location, and quality of service affect purchase intention.

Keywords : Product Completeness, Price, Location, Service Quality, Purchase Intention