

Agung Dwi Saputro, 10311024, **Pengaruh Harga, Keragaman Produk, Fasilitas dan Atmosfer Kenyamanan Terhadap Motif Belanja Konsumen Di UD. Sarikat Jaya Gresik**, Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, September 2014

### Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial dan simultan antara harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan berpengaruh secara simultan terhadap motif belanja konsumen di UD. Sarikat Jaya. Penelitian ini dilakukan terhadap konsumen yang mengunjungi UD Sarikat Jaya yaitu 100 orang sebagai sampel. Adapun teknik pengambilan sampel adalah *Nonprobability Sampling*. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dengan menggunakan komputasi program SPSS, sebelum dilakukan analisis dengan teknik regresi linier berganda dilakukan uji asumsi klasik. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan terhadap motif belanja konsumen UD Sarikat Jaya diperoleh persamaan  $Y = 2,846 + 0,157X_1 + 0,160X_2 + 0,071X_3 + 0,603X_4$ . Hasil analisis menunjukkan bahwa keempat variabel tersebut secara simultan berpengaruh terhadap motif belanja konsumen yaitu ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung} (72,711) > F_{tabel} (3,941)$ . Sedangkan secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  untuk  $X_1$  (harga) adalah  $2,237 > 1,9853$ ,  $X_2$  (Keragaman Produk) adalah  $2,230 > 1,9853$ , Fasilitas  $1,008 < 1,9853$  dan Atmosfer Kenyamanan  $12,311 > 1,9853$ . Dari bukti-bukti tersebut dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap motif belanja konsumen dan untuk Fasilitas tidak berpengaruh terhadap motif belanja konsumen. Adapun besarnya *Adjusted R Square* diperoleh 74,3%, hal ini menunjukkan bahwa variabel variabel harga, keragaman produk, fasilitas dan atmosfer kenyamanan dapat memberikan pengaruh terhadap variabel motif belanja konsumen sedangkan sisanya 25,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak ada dalam model ini.

Kata Kunci : Harga, Keragaman Produk, Fasilitas, Atmosfer Kenyamanan, Motif Belanja Konsumen

Agung Dwi Saputro, 10311024, **The Influence is the cost, product diversity, facilities and comfortable atmosphere on consumers cost motivation at UD. Sarikat Jaya Gresik**, Management, Fakultas of Economic, University Of Muhammadiyah Gresik, Sept Of 2014

### **Abstraction**

The purpose of this study is to know the influence between cost, product diversity, facilitative and also comfortable partially and simultaneously on consumer cost motivation in UD Sarikat Jaya. This study took 100 consumers of UD Sarikat Jaya as the sample. The researcher used nonprobability sampling as the sampling technique. The data collection used quisioner. The data collection was analyzed by using multiple linier regression and classic assumption test in SPSS program. The result of regression showed that the cost, product diversity, facilities and comfortable atmosphere on consumers cost motivation at UD. Sarikat Jaya Gresik were  $Y=2,846+0,157X_1+0,160X_2+0,071X_3+0,603X_4$ . The result of the analyzed showed that 4 variable was infivenced the consumer cost motivation simultaneously with the score  $F_{hitung} (72,711) > F_{tabel}(3,941)$ . Beside, this result got partially, the score were nilai Thitung for X1 (cost) was  $2,237 > 1,9853$ , X2 (product diversity) was  $2,230 > 1,9853$ , facilities was  $1,008 < 1,9853$  and comfortable atmosphere was  $12,311 > 1,9853$  Those facts concluded that 3 variables have positive influence in consumer cost motivation and the facilities were not influenced in consumer cost motivatio. In the other hand, the result of Adjusted R Square got 74,3%, it was indicated that cost variables, Product diversities, facilities and ccomfortable atmosphere gave an effect in consumer cost motivation, then 25,7% the rest of it was caused of many factor that there was exclude in this model.

Keywords : the cost, product diversity, facilities and comfortable atmosphere on consumers cost motivation.