

Eko Aminanto, 05311032, *Analisis Pengaruh Persepsi Ritel terhadap Minat Konsumen untuk Berbelanja pada Mini Market Toko Ibu Sogo Kedungtuban Kabupaten Blora*, Akuntansi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Gresik, Agustus 2013

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh dari lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, harga, pelayanan, kenyamanan dalam berbelanja dan promosi secara bersama maupun secara parsial terhadap minat konsumen untuk berbelanja dan untuk menganalisis variabel manakah yang paling dominan dalam memengaruhi minat konsumen untuk berbelanja. Populasi penelitian adalah para pengunjung toko Ibu Sogo Kedungtuban kabupaten Blora. Sampel penelitian sebanyak 100 responden dengan 40 responden sebagai uji coba instrument dan 60 responden sebagai instrument penelitian. Prosedur pencarian responden dilakukan berdasarkan accidental sampling. Data penelitian merupakan data primer, dengan kuesioner sebagai instrument penelitian, yang kemudian diolah dengan perhitungan excel dan SPSS. Metode analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik dan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, secara bersama-sama variabel lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, perlengkapan, dan promosi berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Secara parsial variabel lokasi, kelengkapan produk, kualitas produk, perlengkapan dan promosi berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja, sedangkan variabel harga produk dan kenyamanan berbelanja tidak berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Sedangkan variabel yang paling dominan terhadap minat konsumen untuk berbelanja adalah kualitas produk.

Kata kunci: Lokasi, kelengkapan, kualitas, pelayanan, promosi

Eko Aminanto, 05311032, *Analysis enfluence Perception Ritel direction Towards the Consumer Interest for shooping in Mini Market Shop Ibu Sogo Kedungtuban Kabupaten Blora*, Accounting Management, Faculty of Economics, Muhammadiyah University of Gresik, August 2013

Abstract

The observation is to do to examine the enfluence from location, product equipment, product quality, price, attendance, pleasant to shop and promotion according together altought according partial towards consumer interest for shooping and for analysis which the most dominan variable to affect consumer interest for shopping. The observation population is the visitor of mini market shop Ibu in the Sogo Kedungtuban west Blora. The observation sample as much 100 respondent with 40 respondent as experiment instrument and 60 respondent instrument turogh. The procedur of existance respondent is to do based on accidental sampling. The observation data is to be primer data, with the questioner as an observation instrument, and next processing with excell and SPSS salculation. The metod of analysis data is used uji asumsi klasik and double regresi linear. The observation result is according together the location, product equipment, product quality, price, attendance, pleasant to shop and promotion is influence towards the consumer interest for shooping. According partial the location variable, product equipment, product quality, attendance and promotion is influence towards consumer interest for shooping, where as the price, variable and pleasant is not influence towards consumer interest for shooping. Where as the most dominan for product quality

Key Word: Location, product equipment, product quality, attendance, promotion