

PENGARUH LOKASI TERHADAP MINAT BELI PADA PT MANDIRI JOGJA INTERNASIONAL YOGYAKARTA

Rika Octania

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana lokasi berpengaruh terhadap minat pembelian di PT Mandiri Jogja Internasional. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk BUCINI. Sampel diambil sebanyak 30 orang responden dengan menggunakan accidental sampling. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey melalui kuesioner yang diisi oleh pelanggan. Kemudian data yang diperoleh analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Rata-rata dan Uji t. Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli. Berdasarkan hasil uji hipotesis t hitung $> t$ tabel ($4,233 > 2,052$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Karena t hitung lebih besar dari t tabel hal ini berarti secara parsial maka artinya bahwa ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap minat beli pada Showroom Bucini. Saran yang diberikan oleh penulis bahwasebaiknya perusahaan semakin meningkatkan kualitas keamanan dan kenyamanan pada lokasi Showroom Bucini dan Lebih meningkatkan penjualan melalui online.

Kata kunci: Lokasi dan Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine how the location affects purchasing interest in PT Mandiri Jogja International. The population in this study were consumers who had bought BUCINI products. Samples were taken by 30 respondents by accidental sampling. Results were collected by using survey method through questionnaires filled by customers. Then the results obtained by analysis using multiple linear regression analysis. This analysis includes the Test Validity, The reliability Test, Test and Test average t . Based on the results of the study found that the location affects the buying interest. Based on the results of hypothesis testing $t > t$ table ($4.233 > 2.052$), with significant value $0.000 < 0.05$. Because t is greater than t table partially this means then it means that there is significant influence between the location of the buying interest in the Showroom Bucini. The advice given by the author that

the company should further improve the quality of security and comfort in the Showroom location More Bucini and increase sales through online.

Keywords: *Location and Purchase Decision*