

Judul Penelitian : Pengaruh Promosi, Lokasi, dan Harga terhadap Minat Beli pada Bonafid Mart Purwoasri Kediri

Dosen Pembimbing I : Edi Murdiyanto, S.H., M.M

Dosen Pembimbing II : Zulfia Rahmawati, S.E., M.SEI

Nama Mahasiswa : Clarissa Putri Taufiarizqi

NPM : 19.13021.0214

ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah sebuah variabel promosi, lokasi, dan harga berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap minat beli pada konsumen Bonafid Mart. Penelitian ini menggunakan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 2100 kosumen dengan sampel sebanyak 85 responden .

Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinansi (R^2), pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software Statistic SPSS*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, variabel lokasi secara parsial menunjukkan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli, dan variabel harga secara parsial menunjukkan bahwa berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Berdasarkan pengujian secara simultan (uji F), terlihat bahwa F_{hitung} 5,062 dan dengan melihat nilai signifikansi yang dihasilkan yaitu $0,000 < 0,05$ yang artinya promosi, lokasi, dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli . Angka R^2 sebesar 45,1 % dan sedangkan sisanya 54,9 % dijelaskan oleh variabel bebas diluar model. Dalam penelitian ini variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi minat beli pada Bonafid Mart adalah variabel Promosi.

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, Harga, Minat Beli.