

## ABSTRAK

Zulkifl Rasjid. Nim 931409015. S1 Manajemen. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahun 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen (Studi kasus di telaga Mart Gorontalo). Pembimbing I Bapak Drs. Maha Atma Kadji. M,Si dan Pembimbing II Bapak Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris (1) Apakah faktor lokasi strategis berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Telaga Mart Gorontalo? (2) Apakah faktor kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Telaga Mart Gorontalo? (3) Apakah faktor harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen di Telaga Mart Gorontalo? (4) Apakah faktor lokasi strategis, kualitas produk, harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen di Telaga Mart Gorontalo?

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan Telaga Mart. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability Sampling* dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapa pun yang dipandang oleh peneliti cocok sebagai sumber data dan *Convinence Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dari elemen populasi (orang atau kejadian) yang datanya mudah diperoleh peneliti. Pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Berdasarkan hasil analisis secara parsial lokasi strategis terhadap minat beli konsumen yang sudah diuraikan pada pembahasan, dimana lokasi produk berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli (2) Berdasarkan hasil analisis secara parsial kualitas produk terhadap minat beli yang sudah diuraikan pada pembahasan, dimana kualitas produk berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli konsumen (3) Berdasarkan hasil analisis secara parsial harga terhadap minat beli yang sudah diuraikan pada pembahasan, dimana harga berpengaruh positif secara parsial terhadap minat beli konsumen (4) Berdasarkan hasil analisis secara simultan antara lokasi strategis, kualitas produk dan harga terhadap minat beli konsumen yang sudah diuraikan pada pembahasan, dimana lokasi strategis, kualitas produk dan harga berpengaruh positif secara simultan terhadap minat beli konsumen dengan hasil regresi  $Y = -0,873 + 0,186X_1 + 0,279X_2 + 0,085X_3$  dan R Square atau pengaruhnya adalah sebesar 50,6% sedangkan sisanya 49,4% di pengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci : Lokasi strategis, kualitas produk, harga, dan minat beli