

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## ABSTRAK

### **PENGARUH SUASANA TOKO (*STORE ATMOSPHERE*), LOKASI, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP MINAT BELANJA KONSUMEN PADA SWALAYAN 838 MART DI DESA UJUNG TANJUNG KABUPATEN ROKAN HILIR**

**MUHAMMAD ABDUH**  
**NIM.11371105266**

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan suasana toko, lokasi, harga dan kelengkapan produk terhadap minat belanja konsumen pada Swalayan 838 Mart di Desa Ujung Tanjung Kabupaten Rokan Hilir. Jumlah sampel dalam penelitian adalah 100 orang responden dengan metode pengambilan sampel *incidental sampling*. Metode dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan didapatkan persamaan regresi linier berganda  $Y = -5,264 + 0,527X_1 + 0,225X_2 + 0,177X_3 + 0,316X_4 + e$ . Hasil  $F_{hitung}$  sebesar (89,540) >  $F_{tabel}$  (2,20) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Artinya suasana toko, lokasi, harga dan kelengkapan produk memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat belanja konsumen pada Swalayan 838 Mart di Desa Ujung Tanjung. Dengan nilai R berarti terdapat hubungan antara suasana toko (*store atmosphere*), lokasi, harga dan kelengkapan produk terhadap minat belanja konsumen sebesar 88,9%. Nilai R Square berarti variabel minat belanja konsumen dapat dijawab oleh variabel suasana toko (*store atmosphere*), lokasi, harga dan kelengkapan produk sebesar 79% dan 21% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci : Suasana Toko (*Store Atmosphere*), Lokasi, Harga, Kelengkapan Produk dan Minat Belanja Konsumen**