

PENGARUH SUASANA TOKO, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA DISTRO MAY17 DI KOTA PADANG

Oleh : **Diffo Montella Elgabid**
Pembimbing : Irda, S.E, M.A
: Elfitra Azliyanti, S.E, M.Sc

INTISARI

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh suasana toko, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada distro may17 di kota padang. Peningkatan akan adanya distro di jaman sekarang ini mengakibatkan ketatnya persaingan dalam bisnis ini. Distro adalah singkatan dari *distribution store* yang merupakan jenis toko di Indonesia yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian, atau diproduksi sendiri. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, setiap bisnis distro perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam perusahaannya dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan yang dimiliki perusahaan dibandingkan dengan pesaing untuk dapat menarik minat beli konsumen.

Menurut Kotler and Keller (2012) minat beli adalah perilaku pelanggan yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian. Suasana toko merupakan suasana atau lingkungan toko yang bisa menstimulasikan indra konsumen dan terhadap toko (Sutisna, 2003). Citra merek menurut Kotler and Keller (2009) adalah persepsi yang dimiliki oleh konsumen saat pertama kali mendengar slogan yang diingat dan tertanam di benak konsumen. Menurut (Kotler, 2010) kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat.

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kota padang yang berminat terhadap produk distro may17, dengan menggunakan metode survei kuesioner. Teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 80. Pengujian dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji koefisien determinasi (R^2), uji F-statistik dan uji T-statistik. Metode analisa yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Dalam penelitian ini diajukan tiga hipotesis. Hasil yang diperoleh membuktikan bahwa (1) Suasana toko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, (3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

Disarankan dalam penelitian ini distro may17 lebih memperhatikan suasana toko, citra merek dan kualitas produk karena hal ini merupakan faktor penting dalam meningkatkan minat beli konsumen

Kata Kunci : **Suasana Toko, Citra Merek, Kualitas Produk dan Minat Beli**

THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER BUYING INTEREST IN MAY17 DISTRO IN PADANG CITY

By : **Diffo Montella Elgabid**
Advisor : Irda, S.E, M.A
: Elfitra Azliyanti, S.E, M.Sc

SUMMARY

This study discusses the focus on the store, brand image and product quality on consumer buying interest in the may17 distro in the city of Padang. There will be an increase in distribution in the current era of intense competition in this business. Distro is an abbreviation of a distribution shop which is a type of shop in Indonesia that sells clothing and accessories that are entrusted by clothing makers, or sold alone. Seeing increasing competition, every distro business needs to increase competition in the company by raising differences or uniqueness that companies collect comparing with competition to be able to attract consumer buying interest.

According to Kotler and Keller (2012) buying interest is customer behavior that arises as a response to objects that indicate the customer's desire to make a purchase. The atmosphere of the store is the atmosphere or store environment that can stimulate the senses of consumers and the store (Sutisna, 2003). Brand image according to Kotler and Keller (2009) is a perception held by consumers when they first hear the slogan that is remembered and embedded in the minds of consumers. According to (Kotler, 2010) Product quality is the overall characteristics and characteristics of a product or service on the ability to satisfy expressed / implied needs.

The population in this study is the people of Padang city who are interested in the distribution of may17 products, using the questionnaire survey method. The sampling technique is purposive sampling with 80 respondents. The test in this study is the validity test, reliability test, descriptive analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, determination coefficient test (R^2), F-statistic test and test T-statistic. The analytical method used is multiple linear regression analysis.

In this study, three hypotheses were proposed. The results obtained prove that (1) Store atmosphere does not significantly influence consumer buying interest, (2) brand image has a positive and significant effect on consumer buying interest, (3) Product quality has a positive and significant effect on consumer buying interest.

It is recommended in this study that distro may17 pays more attention to store atmosphere, brand image and product quality because this is an important factor in increasing consumer buying interest

Keywords : Store atmosphere, brand image, product quality and buying interest