

## **ABSTRACT**

*In the Bandung which is currently undergoing development in various fields of business. The companies in Bandung consider the selection of the location in which they prioritize strategic business location and easily accessible by their customer. Paskal Hyper Square which is located in Pasir Kaliki street shopping is convenient, easy to reach because it is easy to find a means of transportation and it's located in the city center Bandung and is one of downtown.*

*The purpose of this research to find out how the respondents regarding the location of Hyper Square Pasir Kaliki Bandung, to find out the respondents regarding consumer buying interest in Hyper Square Pasir Kaliki Bandung, to determine the influence of the location of the Hyper Square Pasir Kaliki on buying interest.*

*The data have been processed using validity, reliability test, normality test, and regression test produces the following regression equation,  $Y = 7,000 + 0.357 X$ , the coefficient of determination is 0.297, which means Hyper Square location affect the buying interest of students Maranatha Christian University, at 29.7%. In other words consumers to buy into Paskal Hyper Square influenced by its location at 29.7% and the rest influenced by other factors*

*Keywords: consumer's interest buying, location, test data*

## ABSTRAK

Di kota Bandung yang saat ini mengalami perkembangan di berbagai bidang usaha. Perusahaan-perusahaan di Bandung mempertimbangkan pemilihan lokasi di mana mereka mengutamakan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh para konsumennya. Paskal Hyper Square yang berada di jalan Pasir Kaliki merupakan tempat perbelanjaan yang strategis, mudah dijangkau karena alat transportasi mudah ditemui dan terletak di pusat kota Bandung dan merupakan salah satu pusat keramaian kota.

Tujuan riset ini untuk mengetahui bagaimana tanggapan responden mengenai lokasi Hyper Square di Pasir Kaliki Bandung, untuk mengetahui tanggapan responden mengenai minat beli konsumen di Hyper Square Pasir Kaliki Bandung, untuk mengetahui besarnya pengaruh lokasi Hyper Square Pasir Kaliki Bandung terhadap minat beli konsumen.

Data-data yang telah diolah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji regresi menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut,  $Y = 7,000 + 0,357X$ , koefisien determinasinya adalah sebesar 0,297, yang dapat diartikan lokasi Hyper Square berpengaruh terhadap minat beli mahasiswa Universitas Kristen Maranatha, sebesar 29,7%. Dengan kata lain minat beli konsumen ke Paskal Hyper Square dipengaruhi oleh lokasinya sebesar 29,7% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain

Kata kunci: minat beli konsumen, lokasi, pengujian data

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN MENGADAKAN PENELITIAN TIDAK MENGGUNAKAN PERUSAHAAN.....	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	6

## BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN

HIPOTESIS.....	8
2.1 Landasan Teori.....	8
2.1.1 Retailing.....	8
2.1.2 Retail Mix.....	12
2.1.2.1 Komponen Retail Mix.....	13
2.1.3 Lokasi.....	16
2.1.3.1 Faktor-faktor lokasi.....	20
2.1.4 Perilaku Konsumen .....	22
2.1.4.1 Faktor Perilaku Konsumen.....	24
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	26
2.1.6 Minat Beli.....	27
2.2 Rerangka Teoritis.....	31
2.3 Rerangka Pemikiran.....	32
2.4 Paradigma Penelitian.....	35
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Objek Penelitian.....	37
3.2 Jenis Penelitian.....	37
3.3 Definisi Operasional Variabel atau Pengukuran Variabel.....	38
3.4 Populasi,Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	45

3.5 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6.1 Skala Pengukuran.....	48
3.7 Pengujian Validitas, Reliabilitas dan Regresi.....	48
3.8 Alat Analisis Data.....	53
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>54</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	54
4.1.1 Penyebaran Kuesioner.....	54
4.1.2 Profil Responden.....	55
4.1.3 Validitas Kuesioner.....	58
4.1.4 Reliabilitas Kuesioner.....	60
4.1.5 Uji Normalitas.....	61
4.1.6 Uji Heteroskedastisitas.....	62
4.2 Pembahasan.....	63
4.2.1 Tanggapan responden mengenai lokasi Paskal Hyper Square.....	63
4.2.2 Tanggapan Responden mengenai minat beli konsumen terhadap Paskal Hyper Square.....	63
4.2.3 Besarnya pengaruh lokasi Paskal Hyper Square terhadap minat beli konsumen.....	63
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>69</b>

5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Keterbatasan penelitian.....	69
5.3 Saran.....	70
LAMPIRAN.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	81

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Rerangka Teoritis .....	31
Gambar 2.3 Rerangka Pemikiran .....	32

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel .....	42
Tabel 4.1.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	54
Tabel 4.1.2 Deskripsi Jenis Kelamin Responden .....	56
Tabel 4.1.2 Deskripsi Usia Responden .....	56
Tabel 4.1.2 Deskripsi Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 4.1.2 Deskripsi Penghasilan Responden .....	58
Tabel 4.1.3 Uji Validitas .....	58
Tabel 4.1.4 Uji Reliabilitas .....	60
Tabel 4.1.5 Uji Normalitas .....	62
Tabel 4.1.6 Uji Heteroskedastisitas .....	62
Tabel 4.2.3 Uji Regresi .....	64