

ABSTRAK

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA

Studi kasus pada Gardena *Department Store & Supermarket*
Jl. Urip Sumoharjo 40 Yogyakarta.

Isa Warta Kusuma
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2010

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *store contact*, *store image*, dan *store atmospherics* berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket*.

Jenis penelitian penulis adalah studi kasus yang dilaksanakan di Gardena *Department Store & Supermarket* Jl Urip Sumoharjo 40 Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket*, yang berusia minimum 16 tahun ke atas karena jika dimintai pendapatnya mereka sudah mampu mengevaluasi. Sampel yang digunakan sebanyak 100 orang, yaitu mereka yang pernah datang berkunjung atau berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket*. Teknik sampling yang dipakai penulis adalah *convenience sampling methods*. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner yang bertujuan untuk mendapatkan data mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja. Teknik dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data di Gardena *Department Store & Supermarket* yang berhubungan dengan gambaran umum perusahaan. Dalam menganalisis data yang telah diperoleh, penulis menggunakan Regresi Linier Berganda. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan digunakan uji F, dan untuk mengetahui pengaruh secara parsial digunakan uji t.

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa secara simultan maupun parsial *store contact*, *store image*, dan *store atmospherics* berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket*..

ABSTRACT

THE INFLUENCING FACTORS OF CONSUMERS' ENTHUSIASM TO GO SHOPPING

Case Study in Gardena *Department Store & Supermarket*
Urip Sumoharjo St 40 Yogyakarta

Isa Warta Kusuma
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2010

This research aims at understanding the influence of *store contact*, *store image*, and *store atmospherics* to the consumers' enthusiasm to go shopping in Gardena *Department Store & Supermarket*.

This research is a case study in Gardena *Department Store & Supermarket* Urip Sumoharjo St 40 Yogyakarta. The population of this research is the consumers of Gardena *Department Store & Supermarket*, which is the minimum age of 16 years old since they can evaluate their responses. The sample of the research was the people shopping to the store as many as 100 people. The sampling technique is convenience sampling methods. The data were collected through the questionnaire to get the data of influencing factor of consumers' enthusiasm to go shopping. The documentation was done by collect the data of Gardena *Department Store & Supermarket* related to company profile. The data were analyzed by using Double Linear Regression. The F-test was used to know the influence simultaneously, and the t-test was used to know the influence partially.

The result showed that the *store contact*, *store image*, and *store atmospherics* simultaneously and partially influenced the consumers' enthusiasm to go shopping in Gardena *Department Store & Supermarket*.