

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Lokasi, Kualitas Produk, dan *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek” yang ditulis oleh Annisa Yuliacipta, NIM 12405193015, Jurusan Bisnis dan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, pembimbing Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa permasalahan tentang strategi pemasaran yang ada pada *coffee shop*. Banyaknya *coffee shop* yang ada menyebabkan persaingan yang ketat, adanya kesamaan produk, dan kesamaan dalam menyajikan *store atmosphere* menimbulkan minat beli konsumen yang tinggi pada suatu *coffee shop*. Konsumen sebelum berkunjung di *coffee shop* pasti memikirkan tentang bagaimana lokasi pada *coffee shop* yang akan dituju, bagaimana kualitas produk pada *coffee shop* tersebut, dan bagaimana *store atmosphere* pada *coffee shop* tersebut. Dari ketiga faktor tersebut menjadikan acuan konsumen untuk berkunjung pada suatu *coffee shop*. Minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek masih terbilang fluktuatif, hal ini dapat dilihat dari data penjualan pada bulan Oktober 2021-September 2022. Oleh karena itu perlu adanya lokasi, kualitas produk, dan *store atmosphere* dapat dikelola dengan baik agar minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek mengalami peningkatan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui pengaruh lokasi, kualitas produk, dan *store atmosphere* secara simultan terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. (2) untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. (3) untuk mengetahui kualitas produk pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. (4) untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini menggunakan data primer dengan sampel sebanyak 150 responden dari konsumen Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*. Dan menganalisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Dari pengujian tersebut diperoleh hasil bahwa secara simultan (1) lokasi, kualitas produk dan *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. Secara parsial (2) lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. (3) kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek. (4) *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen pada Ruang Luang *Coffee* Trenggalek.

**Kata kunci:** lokasi, kualitas produk, *store atmosphere*, minat beli konsumen

## ABSTRACT

*Thesis with the title “The Influence of Location, Product Quality, and Store Atmosphere on Consumer Purchase Interest in Ruang Luang Coffee Trenggalek” was written by Annisa Yuliacipta, NIM 12405193015, supervisor Wahyu Dwi Warsitasari, M.Pd.*

*This research is motivated by several problems regarding the marketing strategies that exist in coffee shops. The number of coffee shops that exist causes intense competition, the existence of product similarities, and similarities in presenting a store atmosphere raises high consumer buying interest in a coffee shop. Consumers before visiting a coffee shop must think about the location of the coffee shop they are going to go to, how the quality of the products in the coffee shop is, and how the store atmosphere is in the coffee shop. Of these three factors, it is a reference for consumers to visit a coffee shop. Consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek is still relatively fluctuating, this can be seen from the sales data for October 2021-September 2022. Therefore it is necessary to have a location, product quality, and store atmosphere that can be managed properly so that consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek has increased.*

*The objectives of this study are: (1) to determine the effect of location, product quality, and store atmosphere simultaneously on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. (2) to determine the effect of location on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. (3) to determine the quality of products in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. (4) to determine the effect of store atmosphere on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek.*

*This study uses a quantitative approach and associative research types. In this study using primary data with a sample of 150 respondents from consumers of Luang Coffee Trenggalek Room. Sampling in this study using accidental sampling method. And analyze the data using multiple linear regression analysis.*

*From these tests, it was obtained that simultaneously (1) location, product quality and store atmosphere had a significant positive effect on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. Partially (2) location has a significant positive effect on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. (3) product quality has a significant positive effect on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek. (4) store atmosphere has a significant positive effect on consumer buying interest in the Ruang Luang Coffee Trenggalek.*

**Keywords:** *location, product quality, store atmosphere, consumer buying interest.*