

ABSTRAK

Putri Nailil Azizah (1420210114). Analisis pengaruh *shopping destination strategy* pada minat beli konsumen di pasar tradisional (studi pada pasar kliwon kudus).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai : pertama, pengaruh *location* terhadap minat beli. Kedua, pengaruh *shopping venue design* terhadap minat beli. Ketiga, pengaruh *display layout* pada minat beli.

Jenis penelitian ini adalah field research yang dilakukan di pasar kliwon Kudus. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 96 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling* yang di uji dengan SPSS. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis linier berganda, koefisien determinasi, uji f dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa : variabel *location* berpengaruh terhadap minat beli dengan hasil ($3,668 > 1,986$) dan sig 0,000. Variabel *shopping venue design* berpengaruh terhadap minat beli dengan hasil ($2,042 > 1,986$) dan sig 0,044. Variabel *display layout* berpengaruh terhadap minat beli dengan hasil ($3,502 > 1,986$) dan sig 0,001. Uji f dengan hasil ($23,060 > 2,704$). Hal ini menunjukkan bahwa *shopping destination strategy* berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata kunci : *location, shopping venue design, display layout* dan minat beli