

ABSTRAK

Lilis Kusumandani, 212163, “Pengaruh Tata Letak dan Minat Beli Konsumen terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Pasar Kliwon Kudus)”, Skripsi, Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Prodi Ekonomi Syariah, STAIN Kudus, 2017.

Setiap pasar memiliki keputusan membuat desain atau tata letak. Perhatian strategi posisi pasar biasanya dipusatkan pada merek tunggal atau sejenis. Minat beli konsumen menentukan sikap yang menyebabkan seseorang berbuat aktif dalam pekerjaan, minat beli konsumen besar pengaruhnya terhadap segala aktivitas. Tata letak dan minat beli konsumen berpengaruh pada pasca pembelian terhadap keputusan dalam proses jual beli di pasar kliwon Kudus. Karena faktor tata letak dan minat beli dapat berpengaruh dalam menentukan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk menguji secara empiris pengaruh tata letak dan minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun persial.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian *field Research* dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan metode pengumpulan data primer melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen sejumlah 60 responden, yang melakukan pembelian di pasar kliwon Kudus. Sedangkan data sekunder berupa dokumen dan jurnal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan analisis data menggunakan regresi linier ganda.

Adapun hasil temuan penelitian ini adalah: 1) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tata letak terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus, ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,351 > 2,000$). Selain itu juga telah ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 0,167 menyatakan bahwa terjadi peningkatan keputusan pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 16,7% jika variabel independen lain dianggap konstan. Maka keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus akan semakin meningkat. 2) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus, ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,590 > 2,000$). Selain itu juga telah ditunjukkan dari hasil koefisien regresi 1,006 menyatakan bahwa terjadi peningkatan keputusan pembelian akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 100,6% jika variabel independen lain dianggap konstan. Maka keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus akan semakin meningkat. 3) Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara tata letak dan minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus, ini dibuktikan dengan kesimpulan pengujian dengan cara membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} . Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($41,679 > 3,15$) maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi tata letak dan minat beli konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Kliwon Kudus.

Kata Kunci: Tata Letak, Minat Beli Konsumen, dan Keputusan Pembelian