

## ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berbagai faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap keputusan pembelian dan dampaknya. Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang, yakni pelanggan KFC Pandanaran Semarang . Sampel yang diambil sebanyak 96 responden dengan menggunakan teknik Non-Random Sampling dengan pendekatan Accidental sampling, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti di KFC Pandanaran Semarang dapat dijadikan sampel jika sesuai dengan kriteria. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel Daya Tanggap dengan koefisien regresi sebesar 0,313 kemudian Citra Produk dengan koefisien regresi sebesar 0,261 kemudian diikuti dengan Lokasi dengan koefisien regresi sebesar 0,259 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah Store Atmosphere dengan koefisien regresi sebesar 0,176. Minat beli mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,284. KFC Pandanaran perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata Kunci: lokasi, daya tanggap, citra produk, *store atmosphere*, minat beli, keputusan pembelian

## *ABSTRACT*

*This study aims to determine the factors that influence consumer buying interest on purchasing decisions and their impact. This research was conducted in the city, namely KFC customers Pandanaran Semarang. Samples taken as many as 96 respondents using Non-Random Sampling technique with Accidental sampling approach, that is sampling technique based on chance, that is who happened to meet with researchers at KFC Pandanaran Semarang can be sampled if it complies with the criteria. .Based on Statistical data analysis, indicators in this study are valid and are reliable variables. In the classic assumption test, regression model multicoloniaritas free, does not occur heteroskedastisitas, and normal distribution. The sequence individually on each of the most influential variable is the variable responsiveness with a regression coefficient of 0.313 and then Product Image with a regression coefficient of 0.261, followed by Location with a regression coefficient of 0.259, while the variables that most low is Store Atmosphere with a regression coefficient of 0.176 , Buying interest affecting the purchase decision with a regression coefficient of 0,284. KFC Pandanaraan need to retain the elements that are already rated by customers as well as the need to fix the things that are lacking.*

*Key word: location, responsiveness, product image, store atmosphere,  
buying interest, purchase decision*