

**ABSTRAK**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI**

**KONSUMEN DI INDOMARET KOTA KUPANG**

Berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan saat ini diikuti juga munculnya tempat-tempat perbelanjaan modern yang salah satunya di Swalayan Indomaret yang tepatnya berada di Kota Kupang Nusa Tenggara Timur yang ingin memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Berdirinya Indomaret di Kota Kupang pada 27 Juli 2022 dengan membuka unit pertama. Indomaret merupakan merek dagang yang dikelola oleh PT Indomarco Prismatama yang berkantor pusat di Jakarta yang sampai dengan hari ini sudah mengelola lebih dari 20 ribu toko di seluruh Indonesia. Indomaret menjadi pilihan tempat belanja bagi para konsumen di Kota Kupang yang juga sebuah pasar serba (Pasar Serba Ada).

Indomaret tersebut memiliki beberapa karyawan dengan pelayanan yang memuaskan dengan memfokuskan pada barang-barang keperluan rumah tangga. Fokus terhadap konsumen diterjemahkan dalam tiga pilar utama Indomaret yang diyakini akan menjadi pilihan tempat belanja bagi para konsumen di Kota Kupang. Ketiga pilar utama tersebut adalah Harga yang bersaing, pilihan yang lengkap, pelayanan yang memuaskan. Konsep pasar serba merupakan konsep perdagangan eceran yang diciptakan oleh Indomaret, dan dirancang untuk memuaskan para konsumen. Berdasarkan uraian di atas, Sehingga penelitian ini akan menggunakan Indomaret sebagai objek penelitian. Penelitian ini akan mencoba untuk menelusuri minat jual beli konsumen. Definisi faktor minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian. Dimana, ketika konsumen memiliki minat akan produk yang dijual oleh perusahaan maka konsumen akan melakukan pembelian dalam memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri.

Faktor-faktor yang membentuk minat beli yaitu :Faktor kualitas produk, Faktor brand / merek, Faktor kemasan, Faktor harga, Faktor ketersediaan barang Faktor promosi.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli atau berbelanja di Indomaret yaitu 96 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus yang digunakan adalah rumus Rao Purba digunakan apabila populasi dalam penelitian merupakan populasi yang tak hingga , maka besar sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 sampel. Pada tahap ini peneliti menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan bantuan SPSS. Berdasarkan hasil analisis bahwa pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel brand/ merek ( $X_2$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel kemasan ( $X_3$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hasil Variabel harga ( $X_4$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Ketersediaan barang ( $X_5$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Variabel promosi ( $X_6$ ) dengan minat beli konsumen (Y) bahwa terdapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.

***Kata Kunci : Faktor – Faktor , Minat Beli, Indomaret***