

**ABSTRAK**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI**  
**MINAT KONSUMEN UNTUK BERBELANJA**  
**Studi Kasus pada Gardena *Department Store & Supermarket***  
**jalan Urip Sumoharjo no. 40 Yogyakarta**

**Muhammad Akbar**  
**Nim: 002214098**  
**Fakultas Ekonomi**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**2006**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja adalah *store contact*, *store image* dan *store atmospherics*. Studi kasus dilakukan terhadap konsumen yang sedang berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket*

Penelitian dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 100 responden dengan metode pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling*. Uji Validitas dan Reliabilitas digunakan untuk menganalisis keandalan dari butir-butir pernyataan kuesioner. Analisis Regresi Linier Berganda untuk mengetahui apakah ketiga faktor-faktor tersebut mempengaruhi minat konsumen untuk berbelanja. Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ketiga faktor tersebut terhadap minat konsumen untuk berbelanja.

Dari hasil penelitian profil responden dapat diketahui bahwa 69% konsumen yang berbelanja di Gardena *Department Store & Supermarket* adalah perempuan, 69% berusia 20-30 tahun, 57% memiliki tingkat pendidikan terakhir Sekolah Menengah Umum, 57% adalah pelajar dan mahasiswa, 84% memiliki pendapatan atau uang saku setiap bulan kurang dari Rp 1.000.000,00. Variabel *Store Contact*, *Store Image* dan *Store Atmospherics* secara simultan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk berbelanja. Besarnya pengaruh Variabel *Store Contact*, *Store Image* dan *Store Atmospherics* terhadap minat konsumen untuk berbelanja sebesar 49,5%.

## **ABSTACT**

### **FACTORS THAT INFLUENCE CONSUMER'S INTEREST FOR SHOPPING A Case Study at Gardena Department Store and Supermarket Jalan Urip sumoharjo no.40 Yogyakarta**

**Muhammad Akbar  
Nim: 002214098  
Faculty of Economy  
Sanata Dharma University**

The purposed of the research was to identity the influencing factors on consumers shopping interest. The factors were store contact, store image and store atmospherics. The respondents of the research were consumers who were shopping in Gardena Department Store and Supermarket.

The research was done by distributing the questionnaires to 100 respondents. Test of validity and reliability were used to analyze the instruments validity and reliability. Multiple linear regression analysis was used in the research.

The result of showed that 69 % consumers shopping in Gardena Department Store and Supermarket were female, 69% were between the age of 20-30, 57% graduated from senior high school, 57% student, 84% had income less than a million Rupiahs. Store Contact variable, store image and store atmospherics simultantly influenced the interest of the consumers for shop.