

**PENGARUH LOKASI TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA
RESTORAN BUKIT MEGA RAYA
BANDAR LAMPUNG**

**Nikodemus Nando Purwoko
2019112167
ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah lokasi dapat berpengaruh terhadap minat konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung dengan jenis penelitian adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan snowball sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji t, analisis koefisien korelasi, dan uji koefisien determinasi. Lalu, pada nilai tertinggi berada pada pernyataan “saya berpendapat memiliki lahan parkir yang luas memungkinkan para konsumen untuk datang berkunjung” dengan skor 4,14 dan pada nilai terendah berada pada pernyataan “saya melihat Bukit Mega Raya tidak terhalang dengan bangunan bangunan lain” dengan skor 3,44. Kemudian, pada variabel minat konsumen (Y) diperoleh nilai tertinggi pada pernyataan “saya berkeinginan mengetahui menu yang dijual Restoran Bukit Mega Raya” dengan skor 4,41, dan pada nilai terendah berada pada pernyataan “saya berniat untuk berkunjung kembali di restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung” dengan skor 3,60. Hasil yang diperoleh dalam penelitian pada R square sebesar 0,065. Artinya terdapat pengaruh lokasi terhadap minat konsumen di Restoran Bukit Mega Raya Bandar Lampung dan semakin baik dalam memilih lokasi yang strategis maka akan dapat lebih meningkatkan minat konsumen untuk datang berkunjung maupun berbelanja.

Kata kunci: lokasi, minat konsumen

**THE EFFECT OF LOCATION ON CONSUMER INTEREST IN THE BUKIT MEGA RAYA
RESTAURANT IN BANDAR LAMPUNG**

Nikodemus Nando Purwoko

2019112167

ABSTRACT

This study aims to analyze whether location can influence consumer interest in Bukit Mega Raya Restaurant Bandar Lampung with this type of quantitative research. The population in this study is unknown. The sampling technique used in this study was snowball sampling. Data collection techniques using interviews and questionnaires. Data analysis techniques used in this study were the validity test, reliability test, normality test, homogeneity test, t test, correlation coefficient analysis, and coefficient of determination test. Then, the highest score is in the statement "I think having a large parking area allows consumers to come visit," with a score of 4.14, and the lowest score is in the statement "I see that Bukit Mega Raya is not blocked by other buildings," with a score of 3.44. Then, the consumer interest variable (Y) gets the highest score in the statement "I want to know the menu sold by the Bukit Mega Raya Restaurant" with a score of 4.41, and the lowest score is in the statement "I intend to visit the Bukit Mega Raya Restaurant again." Bandar Lampung" with a score of 3.60. The results obtained in the research on R square were 0.065. There is an influence of location on consumer interest at the Bukit Mega Raya Restaurant in Bandar Lampung, and the better it is at choosing a strategic location, the more meaningful it will be to increase consumer interest in coming to visit and shop.

Keywords: *location, consumer interest*