

## ABSTRAK

Rahmah, NIM 20.2.21.069. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian di Cafe Kulo Sangatta Utara*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing Oleh Anjani Putri Belawati P, M.Pd.I selaku pembimbing I dan Achmad Fahrudin, M.S.I selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh lokasi usaha terhadap minat pembelian di Cafe Kulo Sangatta Utara dan seberapa besar pengaruh lokasi usaha terhadap minat pembelian di Cafe Kulo Sangatta Utara.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penskoran dari responden, kemudian teknik observasi untuk mengamati secara langsung kegiatan yang berlangsung di Cafe Kulo, lalu teknik dokumentasi untuk mendapatkan beberapa data pendukung yang juga diperlakukan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah 300 kemudian diambil sampel sebanyak 20% sehingga menjadi 60 responden yang merupakan pelanggan Cafe Kulo Sangatta Utara.

Terdapat pengaruh korelasi hubungan antara variabel “Lokasi Usaha” dan “Minat Beli” diukur menggunakan Koefisien Korelasi Pearson. Hasilnya menunjukkan bahwa koefisien korelasi Pearson antara kedua Variabel tersebut adalah 0.629, yang menunjukkan korelasi positif yang kuat karena berada pada tingkatan korelasi 0,60 – 0,799. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000 menunjukkan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0.01 (2-tailed). Jumlah sampel (N) yang digunakan dalam analisis ini adalah 60, baik untuk variabel “Lokasi Usaha” dan “Minat Beli”. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus di atas, dari analisis persamaan regresi linier sederhana diperoleh nilai  $Y = 19.129 + 0.463X$ , yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam variabel Lokasi Usaha akan meningkatkan Minat Beli sebesar 0,463 unit. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin mudah Strategis Lokasi Usaha, semakin Tinggi Minat Beli yang terjadi di Caffe Kulo. Berdasarkan analisis koefisiensi determinasi  $R^2 = 0,395$ , dapat dikatakan bahwa kemampuan variabel Lokasi Usaha dalam menjelaskan variasi Minat Beli berpengaruh sebesar 39,5%. Namun, sebesar 60,5% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci** : *Pengaruh Lokasi Usaha, Minat Beli Pelanggan.*