

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Baju Double P & Billie The Kids Kota Payakumbuh”** yang disusun oleh Sri Wahyuni NIM 3722104 Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

Persaingan bisnis fashion di Kota Payakumbuh semakin ketat karena banyaknya toko yang menjual produk sejenis dengan merek dan model yang relatif sama. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu memberikan pelayanan terbaik bagi konsumen. Selain itu, keterbatasan area parkir di sekitar toko menjadi salah satu kendala yang dirasakan konsumen terutama saat kondisi ramai, sehingga berpotensi memengaruhi kenyamanan dan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Toko Baju Double P & Billie The Kids Kota Payakumbuh dan seberapa besar pengaruhnya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan SPSS 26. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Stratified Random Sampling* dengan jumlah data 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda, uji asumsi klasik, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Hasil persamaan regresi linear berganda $Y = 8,764 + 0,311X_1 + 0,452X_2$, hasil uji parsial (Uji T) (X_1) di mana nilai $t_{hitung} 4,769 > t_{tabel} 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, hasil uji parsial (Uji T) (X_2) di mana nilai $t_{hitung} 6,198 > t_{tabel} 1,984$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji F pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, R^2 sebesar 0,678 (67,8%). Maka hasil ini menunjukkan bahwa pengaruh yang disumbangkan oleh variabel bebas Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lokasi (X_2) terhadap variabel terikat Minat Beli Konsumen (Y) sebesar 67,8%, sedangkan sisanya 32,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Minat Beli Konsumen