ABSTRAK

**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN SUASANA TOKO TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI 212 MART LUBUK**

**PAKAM**

**MEILYA ANJARWATI**

**NPM : 153114219**

Tujuan Penelitian ini adalah menganalisis Persepsi Konsumen (X1) dan Suasanan Toko(X2)berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) 212 Mart Lubuk Pakam dengan jumlah populasi seluruh konsumen yang berkunjung dan 100 Konsumen sebagai sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan kuisoner yang diberikan kepada setiap responden. Data diproses dengan menggunakan SPSS versi 21 *for windows.* Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda, Hasil uji regresi linier berganda diperoleh persamaan Y**=**3,348+0,192+0,460 dimana Persepsi Konsumen dan Suasana Toko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Minat Beli Konsumen. Nilai koefisien determinan (R2) variabel X1,X2 dan Y diperoleh sebesar 0,520 atau 52,0 % yang berarti bahwa variabel Persepsi Konsumen dan Suasana Tokocukup berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen. Berdasarkan uji t diketahui bahwa hasil yang diperoleh dari Persepsi Konsumen (X1) memiliki nilai thitung 3,419 > ttabel = 1,290, artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen (Y) dan Suasan Toko memiliki nilai thitung = 4,845 > ttabel = 1,290. Maka H1 dan H2 diterima karena thitung >ttabel, sehingga Persepsi Konsumen dan Suasana Toko secara parsial cukup berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen di 212 Mart Lubuk Pakam.

**Kata Kunci :** *Persepsi Konsumen, Suasana Toko dan Minat Beli Konsumen.*

ABSTRACT

**THE EFFECT OF CONSUMER PERCEPTIONS AND STORES ATMOSPHERE ON CONSUMER INTERESTS IN 212 MART**

**MEILYA ANJARWATI**

**NPM : 153114219**

The purpose of this study was to analyze the Consumer Perception (X1) and Store Sufficiency (X2) positive and significant effect on Consumer Purchase Interest (Y) 212 Mart Lubuk Pakam with a total population of all consumers who visited and 100 Consumers as a sample. The data collection technique used is to use a questionnaire given to each respondent. Data is processed using SPSS version 21 for windows. The data analysis technique used is multiple linear regression, the results of multiple linear regression test obtained by the equation Y = 3.348 + 0.192 + 0.460 where Consumer Perception and Store Atmosphere have a significant effect on the variable Consumer Purchase Interest. The determinant coefficient values (R2) of variables X1, X2 and Y were obtained at 0.520 or 52.0% which means that the variable Consumer Perception and Store Atmosphere quite influential on Consumer Purchase Interest. Based on the t test it is known that the results obtained from Consumer Perception (X1) have a tcount of 3,419> ttabel = 1,290, meaning that it has a positive and significant effect on Consumer Purchase Interest (Y) and Store Area has a tcount = 4,845> ttabel = 1,290. Then H1 and H2 are accepted because tcount> ttable, so that Consumer Perception and Store Atmosphere partially enough to influence Consumer Purchase Interest in 212 Mart Lubuk Pakam.

**Keywords: Consumer Perception, Store Atmosphere and Consumer Purchase Interest.**