

ABSTRAK

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh lokasi, harga, keberagaman produk terhadap minat beli secara parsial. Desain penelitian ini adalah penelitian survey dengan menggunakan metode penelitian explanatory. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pada pasar rakyat di Kota Bandung. Responden dalam penelitian ini sebanyak 270 orang yang berasal dari 40 pasar rakyat yang berada di Kota Bandung. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap minat beli, harga berpengaruh terhadap minat beli, keberagaman produk cukup berpengaruh terhadap minat beli.

Kata kunci: Lokasi, Harga, Keberagaman Produk, Minat Beli