

ABSTRACT

Norlin Sihite¹, Ade Yowana Putri. Sp², Kristin Aprilia Manalu³

adeyowanaputri@gmail.com

Management study program, faculty of economics, prima indonesia university

The purpose of this research is to determine whether fritto chicken in Medan is more or less attractive to consumers depending on factors such as pricing, location, and advertising. This study employed a quantitative research strategy based on a descriptive quantitative research theory to explain the phenomena under investigation. The 120 respondents who participated in this survey represent the population of customers who buy fritto chicken in Medan City. Multiple linear regression is the data analysis method that is utilised. The study's f-test results, which reveal that promotion, location, and price all have a significant impact on fritto chicken buying interest at the same time ($f_{count} 177, 360 > f_{table} 3.96, p < 0.05$), indicate that these factors work together. According to the t-test results, there is a positive and significant relationship between the promotion, location, and price of fritto chicken, along with a positive and significant relationship between the two variables. The corrected R^2 value of 816 derived from the determination coefficient analysis indicates that the Promost, Location, and Price variables account for 82.1% of the variation, while other factors or variables that were not considered in this study contribute 17.9%.

Keywords: Promotion, Location, and Price on Purchase Interest

ABSTRAK

Norlin Sihite¹, Ade Yowana Putri. Sp², Kristin Aprilia Manalu³

adeyowanaputri@gmail.com

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah fritto chicken di Medan lebih atau kurang menarik bagi konsumen tergantung pada faktor-faktor seperti harga, lokasi, dan iklan. Studi ini menggunakan strategi penelitian kuantitatif berdasarkan teori penelitian kuantitatif deskriptif untuk menjelaskan fenomena yang sedang diselidiki. 120 responden yang berpartisipasi dalam survei ini mewakili populasi pelanggan yang membeli fritto chicken di Kota Medan. Regresi linier berganda adalah metode analisis data yang digunakan. Hasil uji-f penelitian, yang mengungkapkan bahwa promosi, lokasi, dan harga semuanya memiliki dampak signifikan pada minat beli fritto chicken pada saat yang sama ($f_{hitung} 177, 360 > f_{tabel} 3,96, p < 0,05$), menunjukkan bahwa faktor-faktor ini bekerja sama. Menurut hasil uji-t, ada hubungan positif dan signifikan antara promosi, lokasi, dan harga fritto chicken, bersama dengan hubungan positif dan signifikan antara kedua variabel. Nilai R^2 terkoreksi sebesar 816 yang diperoleh dari analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel Promost, Lokasi, dan Harga menyumbang variasi sebesar 82,1%, sedangkan faktor atau variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini menyumbang sebesar 17,9%.

Kata Kunci : Promosi, Lokasi, dan Harga Terhadap Minat Pembelian.