

ABSTRAK

Dilakukannya penelitian ini dengan tujuan mengetahui efek/pengaruh kenyamanan dan *consumer experience* terhadap minat beli *consumer* di Pasar Pagesangan Surabaya. Penelitian ini mempergunakan pendekatan kuantitatif. Menggunakan sampel sebesar 130 responden. Menggunakan *sampling incidental* sebagai teknik dalam mengambil sampel. Pengumpulan data melalui kuisioner, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis dengan uji regresi linier berganda dan uji signifikansi dengan program SPSS versi 23. Hasil pengujian menggunakan uji t disimpulkan bahwa variabel kenyamanan dan *consumer experience* memiliki pengaruh secara parsial dan hasil signifikan terhadap minat beli. Dengan hasil variable kenyamanan t_{hitung} sebesar 4,377 dengan nilai sig 0,000, variabel *consumer experience* t_{hitung} sebesar 5,468 dengan nilai sig 0,000. Sedangkan uji F simultan diperoleh hasil sebesar 103,985 dengan sig 0,000.

Kata kunci: kenyamanan, *consumer experience*, minat beli

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of comfort and consumer experience on consumer buying interest in Surabaya Pagesangan Market. This study uses a quantitative approach, the sample taken as many as 130 respondents with a sampling technique that is using incidental sampling techniques. Data collection using questionnaires, observations and documentation were then analyzed with multiple linear regression test and significance test with SPSS version 23. The test results using the t test concluded that the comfort and consumer experience variable had a partial and significant influence on buying interest. With the result of the t count comfort variable of 4,377 with sig value of 0,000. The consumer experience variable t count of 5,468 with sig value of 0,000. While the simultaneous F test result were 103,985 with sig 0,000.

Keywords : comfort, consumer experience, buying interest.