

**ANALISIS MINAT BELI TOKO MODERN DAN TOKO TRADISIONAL
BERSDASAR KERAGAMAN PRODUK, PERSON DAN NILAI JUAL
DI KECAMATAN SENDURO KABUPATEN LUMAJANG**

ABSTRAK

Persaingan antara toko modern dan toko tradisional di Kecamatan Senduro Kabupaten Lumajang, mendorong pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli. Tujuan penelitian adalah untuk melihat bagaimana keragaman produk, person dan nilai jual mempengaruhi minat beli. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah apakah ketiga variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada kedua jenis toko. Penelitian dilakukan secara kuantitatif deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi dan kuisioner kepada 67 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keragaman produk memiliki pengaruh terhadap minat beli pada toko modern sedangkan, pada toko tradisional keragaman produk tidak berpengaruh. Variabel person memiliki pengaruh terhadap minat beli pada toko modern sedangkan, pada toko tradisional person tidak berpengaruh dan variabel nilai jual tidak berpengaruh terhadap minat beli pada toko modern sedangkan, pada toko tradisional nilai jual berpengaruh. Kesimpulannya, setiap variabel memiliki peran berbeda tergantung pada jenis toko, sehingga pelaku usaha perlu menyesuaikan strategi sesuai karakteristik konsumennya.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Person, Nilai Jual, Minat Beli, Toko Modern dan Toko Tradisional

**ANALYSIS OF BUYING INTEREST IN MODERN AND TRADITIONAL
STORES BASED ON PRODUCT VARIETY, PERSONNEL, AND SALES
VALUE IN SENDURO DISTRICT, LUMAJANG REGENCY**

ABSTRACT

Competition between modern and traditional stores in Senduro District, Lumajang Regency, has prompted businesses to understand the factors influencing purchase intention. The purpose of this study was to examine how product diversity, people, and selling points influence purchase intention. The research question addressed whether these three variables significantly influence purchase intention in both types of stores. The study was conducted using a quantitative descriptive approach. Data were collected through observation and questionnaires from 67 respondents and analyzed using multiple linear regression. The results showed that product diversity influenced purchase intention in modern stores, while product diversity did not influence purchase intention in traditional stores. The person variable influenced purchase intention in modern stores, while the person variable did not influence purchase intention in traditional stores. In conclusion, each variable plays a different role depending on the store type, requiring businesses to adapt their strategies to suit their consumer characteristics.

Keywords: Product Diversity, People, Selling Points, Purchase Intention, Modern Stores and Traditional Stores

