

## **ABSTRAK**

Grobbak Korea merupakan usaha jajanan korea yang bergerak di bidang F&B (Food and Beverage) yang khususnya memproduksi jajanan Korea Seperti Corndog dan Tteobokki namun penelitian ini lebih memfokuskan terhadap lokasi usaha yang menjadi salah satu faktor pertimbangan konsumen untuk berkunjung. Grobbak Korea Caringin Bandung dijadikan sampel pengujian analisis pemilihan lokasi usaha terhadap Grobbak Korea Caringin yang sering kali mengalami penurunan minat beli konsumen.

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen di Grobbak Korea Caringin Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan observasi non partisipan, wawancara terstruktur dan angket yang di berikan kepada konsumen Grobbak Korea dengan jumlah responden sebanyak 30 orang, sehingga pada Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan rumus fungsi waktu.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh positif antara lokasi usaha terhadap minat beli konsumen di Grobbak Korea Caringin Bandung, serta menunjukkan bahwa dengan demikian kontribusi atau pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen di Grobbak Korea Caringin adalah sebesar 77,4% dan sisanya 22,6 dipengaruhi oleh factor lain di luar variabel lokasi usaha. Adanya hambatan – hambatan dalam pelaksanaan lokasi usaha pada Grobbak Korea Caringin Bandung yaitu lokasi usaha yang sering terjadi kepadatan lalu lintas dan lahan parkir yang tidak memadai sehingga sering membuat penurunan pada minat beli konsumen.

Saran dari peneliti sebaiknya pemilik usaha sebaiknya meningkatkan kegiatan promosi dan memanfaatkan media social seperti tiktok dan membuat video agar menarik konsumen untuk berkunjung ke Grobbak Korea yang akan berpengaruh terhadap peningkatan minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** Lokasi Usaha dan Minat Beli Konsumen

## **ABSTRACT**

*Grobbak Korea is a Korean snack business engaged in F&B (Food and Beverage) which mainly produces Korean snacks such as Corndog and Tteobokki, but this research focuses more on business locations which are one of the factors that consumers consider visiting. Grobbak Korea Caringin Bandung was used as a sample for testing business site selection analysis of Grobbak Korea Caringin which often experienced a decrease in consumer buying interest.*

*The purpose of this study was conducted to determine the influence of business location on consumers' buying interest in Grobbak Korea Caringin Bandung. The research method used is a descriptive method with a quantitative approach. The primary data collection technique was carried out with non-participant observations, structured interviews and questionnaires given to Korean Grobbak consumers with a total of 30 respondents, so that in the sampling technique using the time function formula.*

*Based on data obtained from the results of the study, that there is a positive influence between business locations on consumers' buying interest in Grobbak Korea Caringin Bandung, and shows that thus the contribution or influence of business locations on consumers' buying interest in Grobbak Korea Caringin is 77.4% and the remaining 22.6 is influenced by other factors outside the business location variable. There are obstacles in the implementation of business locations at Grobbak Korea Caringin Bandung, namely business locations that often occur traffic density and inadequate parking lots so that they often make a decrease in consumers' buying interest.*

*The advice from researchers should be that business owners should increase promotional activities and use social media such as TikTok and make videos to attract consumers to visit Grobbak Korea which will affect the increase in consumers' buying interest.*

*Keywords: Business Location and Consumer Buying Interest.*

## ABSTRAK

Grobbak Korea mangrupa usaha jajanan Koréa anu narékahan dina séktor F&B (Food and Beverage) anu sacara husus ngahasilkeun jajanan Korea saperti Corndog jeung Tteobokki, tapi ieu panalungtikan seur anu museur kana lokasi usaha anu mangrupa salah sahiji faktor anu jadi faktor konsumen. mertimbangkeun nalika nganjang. Grobbak Korea Caringin Bandung dijadikeun sampel uji pikeun analisis seleksi lokasi usaha Grobbak Korea Caringin anu mindeng ngalaman turunna minat beuli konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh lokasi usaha terhadap minat beli konsumen di Grobbak Korea Caringin Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode déskriptif kalawan pendekatan kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ku observasi non-partisipan, wawancara terstruktur jeung angkét anu dibikeun ka konsumen Grobbak Korea kalawan jumlah 30 réspodén, ku kituna téhnik sampling ngagunakeun rumus fungsi waktu.

Dumasar kana data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, aya pangaruh anu positip antara lokasi usaha kana minat beuli konsumen di Grobbak Korea Caringin Bandung, sarta nembongkeun yen ku kituna kontribusi atawa pangaruh lokasi usaha kana minat beuli konsumen di Grobbak Korea Caringin. mangrupa 77,4% jeung sésana 22,6 dipangaruhan ku faktor séjén di luar variabel lokasi bisnis. Aya kendala dina palaksanaan lokasi usaha di Grobbak Korea Caringin Bandung, nya éta lokasi usaha anu mindeng macét jeung lahan parkir anu teu cukup ku kituna mindeng ngabaluarkeun turunna minat meuli konsumen.

Saran ti para panalungtik nya éta nu boga usaha kudu ngaronjatkeun kagiatan promosi jeung ngamangpaatkeun média sosial saperti tiktok jeung nyieun vidéo pikeun narik konsumen nganjang ka Grobbak Korea anu bakal boga pangaruh dina ngaronjatkeun minat meuli konsumen.

Konci: Lokasi Usaha sareng Minat Meuli Konsumén