

## **ABSTRAK**

Kuliner merupakan suatu dari banyak bisnis jasa yang berkembang pesat walaupun pada masa krisis. Hal ini karena pada dasarnya makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi, sehingga apabila makanan dan minuman masih menjadi kebutuhan yang utama maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Permasalahan dalam penelitian ini adalah semakin ketatnya persaingan yang dialami Traffic Bun di tengah maraknya perkembangan usaha kuliner.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga, Lokasi, dan *Physical Evidence* terhadap Minat Beli konsumen Traffic Bun Jl. Wastukencana, Bandung baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan deskriptif verifikatif dengan jumlah sebanyak 98 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan menyebarkan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, korelasi berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan Harga, Lokasi dan *Physical Evidence* terhadap minat beli sebesar 88,5%. Secara parsial Harga terhadap minat beli sebesar 18,9%, Lokasi terhadap minat beli sebesar 21,2%, dan *Physical Evidence* sebesar 48,4%.

**Kata Kunci:** Harga, Lokasi, *Physical Evidence*, Minat Beli

## **ABSTRACT**

*Culinary is one of the many service businesses that are growing rapidly even during times of crisis. This is because basically food and drink is one of the basic human needs that must be met, so if food and drink are still the main needs, the culinary business will continue to grow and develop. The problem in this study is the increasingly intense competition experienced by Traffic Bun in the midst of the proliferation of culinary businesses.*

*This study aims to determine how much influence Price, Location, and Physical Evidence have on consumer buying interest in Traffic Bun Jl. Wastukencana, Bandung both simultaneously and partially. The research method used is descriptive verification with a total of 98 respondents. The data collection techniques used are observation, interviews, and distributing questionnaires. The analysis method used is multiple linear regression, multiple correlation, hypothesis testing and the coefficient of determination. The results of this study indicate that there is a simultaneous influence of Price, Location and Physical Evidence on buying interest of 88.5%. Partially, price on buying interest is 18.9%, location on buying interest is 21.2%, and physical evidence is 48.4%.*

***Keywords: Price, Location, Physical Evidence, Purchase Intention***