

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh persepsi bauran ritail terhadap minat berkunjung konsumen ke ITC Fatmawati PT Duta Pertiwi, Tbk (2) pengaruh faktor personal konsumen terhadap minat berkunjung konsumen ke ITC Fatmawati PT Duta Pertiwi, Tbk dan (3) mengetahui faktor yang paling dominan mempengaruhi minat kunjungan konsumen ke ITC Fatmawati PT Duta Pertiwi, Tbk.

Penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang berisi 32 pernyataan. Lalu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk menguji persyaratan data. Pembobotan kuesioner menggunakan *skala likert*. Teknik analisis data menggunakan Uji Regresi dan Uji t.

Telah terbukti bahwa dalam penelitian ini minat kunjungan konsumen pada fasilitas dan layanan ITC Fatmawati dipengaruhi oleh faktor Persepsi Bauran Ritail dan Faktor Personal. Hal ini memberikan arah bagi pengambilan keputusan manajerial bidang pemasaran, bahwa untuk meningkatkan minat kunjungan konsumen ke ITC Fatmawati, maka hal itu di antaranya harus melihat faktor Persepsi Bauran Ritail (terkait dengan Kualitas produk/jasa yang dijual, Harga, Tempat, Promosi dan Pelayanan) dan Faktor Personal (Kebutuhan dan Gaya Hidup).

Adapun faktor yang paling dominan mempengaruhi minat kunjungan konsumen adalah Faktor Personal (Kebutuhan dan Gaya Hidup) karena dari hasil analisis regresi variabel tersebut memiliki nilai Beta dan koefisien regresi yang paling besar dibanding variabel-variabel lainnya.

Kata kunci : *Persepsi Bauran Ritail, Faktor Personal, Minat Berkunjung,*