

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Display Produk* terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, untuk mengetahui dan menganalisis Persepsi Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan, untuk mengetahui dan menganalisis Perilaku *Hedonic Shopping* terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan dan Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Display Produk*, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Perilaku *Hedonic Shopping* secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan. Uji Asumsi Klasik, Uji t, Uji F dan Uji Determinasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel display produk berpengaruh dengan variabel Minat Beli Konsumen yang diketahui dari $t_{hitung} 2.740 < t_{tabel} 1.984$. Selanjutnya tidak ada pengaruh variabel Persepsi Harga memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dan positif dengan variabel Minat Beli Konsumen yang diketahui dari $t_{hitung} -2.116 < t_{tabel} 1.984$, selanjutnya ada pengaruh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dan positif dengan variabel Minat Beli Konsumen yang diketahui dari $t_{hitung} 3.195 < t_{tabel} 1.984$, selanjutnya ada pengaruh variabel Perilaku Hedonik *Shopping* memiliki pengaruh yang nyata (signifikan) dan positif dengan variabel Minat Beli Konsumen yang diketahui dari $t_{hitung} 3.619 < t_{tabel} 1.984$ dan ada pengaruh display produk, persepsi harga, kualitas pelayanan dan Perilaku Hedonik *Shopping* secara simultan terhadap Minat Beli Konsumen Pada MR DIY Ring Road City Walk Medan diketahui dari nilai $F_{hitung} 89.876 > 2.31$.

Kata Kunci : *Display Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Perilaku Hedonic Shopping, Minat Beli*