

ABSTRAK

Ersa Kartini Putri, 2026. Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Berbelanja Di Pasar Tradisional Pancasila Kota Tasikmalaya Dalam Perspektif Bisnis Islam

Minat berbelanja merupakan kecenderungan atau keinginan seseorang dalam melakukan aktivitas pembelian terhadap suatu produk atau jasa setelah melalui proses mempertimbangkan, seperti kebutuhan, ketertarikan, persepsi, dan pengalaman sebelumnya. Minat berbelanja tidak muncul secara spontan, melainkan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Beberapa faktornya seperti *store atmosphere*, harga hingga lokasi yang dapat mempengaruhi minat berbelanja. kondisi pasar pancasila saat ini mengalami penurunan konsumen dalam berbelanja, mengingat pasar pancasila sudah melakukan revitalisasi yang seharusnya dapat menjadikan daya Tarik konsumen dalam berbelanja namun hal tersebut belum terealisasi. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere*, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Berbelanja di Pasar Tradisional Pancasila Kota Tasikmalaya Dalam Perspektif Bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) melalui SmartPLS 4.0. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner/angket dengan Teknik pengambilan sampel yaitu *nonprobability sampling*. Kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah berbelanja di Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya. Sampel yang digunakan sebanyak 206 responden konsumen Pasar Pancasila Kota Tasikmalaya. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja, variabel harga (X2) tidak berpengaruh dan signifikan terhadap minat berbelanja, variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbelanja di Pasar Tradisional Pancasila Kota Tasikmalaya. *R Squad* dalam penelitian ini yaitu sebesar 69,9% yang berarti kekuatan model penelitian ini kuat. Dalam perspektif bisnis islam bahwa peningkatan minat berbelanja dapat diwujudkan melalui penerapan prinsip-prinsip syariah seperti menjaga kebersihan, menerapkan keadilan, memberikan kemudahan, serta menciptakan lingkungan pasar yang tertib dan tidak merugikan. Dengan demikian, pengelolaan pasar yang sesuai dengan nilai-nilai bisnis islam dapat menjadi strategi dalam meningkatkan minat berbelanja Masyarakat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola pasar perlu meningkatkan *store atmosphere* dan lokasi pasar, seperti menjaga kebersihan, kenyamanan, serta kemudahan akses agar minat berbelanja masyarakat meningkat. Selain itu, pedagang tidak hanya perlu fokus pada harga, tetapi juga pada kualitas pelayanan dan kenyamanan konsumen.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, Harga, Lokasi, Minat Berbelanja