

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, *Display* Produk dan *Store Layout* terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen DIVA Swalayan Kraksaan” ini ditulis oleh Nur Sitti Aisyah, NIM. 126405213243, Dosen Pembimbing Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Kata Kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, *Display* Produk, *Store Layout*, dan Keputusan Pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan bisnis ritel di Indonesia, terutama dengan semakin banyaknya bermunculan ritel modern yang lebih mudah dijangkau di kawasan pedesaan, yang menawarkan pengalaman belanja serupa dengan ritel besar di pusat kota. Salah satu ritel berskala besar yang masih bertahan dan berkembang di tengah persaingan ini adalah DIVA Swalayan Kraksaan. Untuk itu, dalam tingkat persaingan bisnis ritel yang tinggi, penting untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk (1) Menguji pengaruh promosi, kualitas pelayanan, *Display* produk dan *store layout* terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (2) Menguji pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (3) Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (4) Menguji pengaruh *Display* produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (5) Menguji pengaruh *store layout* terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *quota sampling*. Jumlah sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji multikolinearitas, uji regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji hipotesis dan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Promosi, kualitas pelayanan, *Display* produk dan *store layout* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (2) Promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (3) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (4) *Display* produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan. (5) *Store layout* secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen DIVA Swalayan Kraksaan.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Promotion, Service Quality, Display Product and Store Layout on Consumer Purchasing Decisions at DIVA Supermarket Kraksaan" was written by Nur Sitti Aisyah, NIM. 126405213243, Supervisor Rendra Erdkhadifa, M.Si.

Keywords: *Promotion, Service Quality, Display Product, Store Layout, and Purchasing Decisions*

This research is motivated by the tight competition in the retail business in Indonesia, especially with the increasing number of modern retailers that are more easily accessible in rural areas, which offer a similar shopping experience to large retailers in the city center. One of the large-scale retailers that still survives and thrives amidst this competition is DIVA Swalayan Kraksaan. Therefore, in the high level of retail business competition, it is important to know what factors can influence consumers in making purchasing decisions.

The purpose of this study is to (1) Test the influence of promotion, service quality, product Display and store layout on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (2) Test the influence of promotion on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (3) Test the influence of service quality on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (4) Test the influence of display product on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (5) Test the influence of store layout on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers.

The study used a quantitative approach with an associative research type. The sampling method in this study was non-probability sampling, namely quota sampling. The number of samples in this study was 150 respondents. The data collection technique used was a questionnaire. Data analysis used was validity, reliability, multicollinearity, multiple linear regression classical assumptions, coefficient of determination, hypothesis, and classical assumptions.

The results of the study indicate that (1) Promotion, service quality, product Display and store layout simultaneously have a significant effect on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (2) Promotion partially has a significant effect on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (3) Service quality partially has a significant effect on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (4) Display Product partially has a significant effect on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers. (5) Store layout partially does not have a significant effect on purchasing decisions of DIVA Swalayan Kraksaan consumers.