

ABSTRAK

Muh. Khadis Ridwan, 211292, “PENGARUH TATA LETAK DAN *DISPLAY* PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO MUBAROKFOOD CIPTA DELICIA” Program S.1 Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Prodi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) STAIN Kudus, 2016.

Dalam memilih toko yang akan dikunjungi, konsumen akan memilih toko yang menurut mereka lokasinya mudah dijangkau, kemudahan dalam parkir, kelengkapan barang, harga yang menarik, tata letak barang, kebersihan dan faktor lain yang memungkinkan konsumen untuk memilih toko dan mengunjunginya secara rutin untuk memenuhi kebutuhannya atau hanya untuk sekedar melihat-lihat.

Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh bukti empirik, menguji dan menjelaskan pengaruh *layout* dan *display* terhadap keputusan pembelian konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data.¹

Hasil ini menjelaskan bahwa konsumen yang datang, tidak hanya untuk membeli produk yang diperjualbelikan tetapi juga konsumen merasakan kenyamanan tata letak dan kepuasan atas penataan *display* produk yang tertata rapi. *Display* yang menonjol secara signifikan dapat mempengaruhi penjualan. Strategi diferensiasi ini ditujukan agar pelanggan mengunjungi Toko Mubarokfod Cipta Delicia untuk melakukan pembelian secara berulang.

Kata kunci: Tata Letak, *Display*, Keputusan Pembelian Konsumen

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung, 2013, hlm. 84-85.