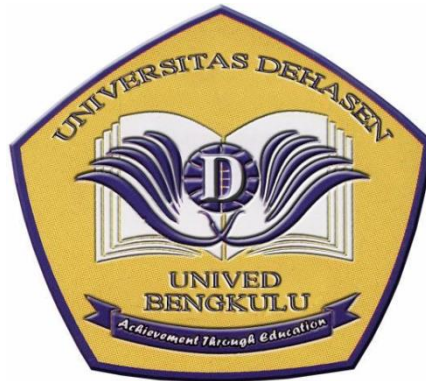


**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA TOKO KITA PANORAMA
DI KOTA BENGKULU**



S K R I P S I

OLEH : SUNOFRA

**RAHMADONI
NPM. 19040061**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DEHASEN BENGKULU
2022**

INFLUENCE OF PRODUCT DISPLAY AND PRICE ON

***PURCHASE DECISION CONSUMERS IN OUR
STORE PANORAMA IN THE CITY BENGKULU***

By:

*Sunofra Rahmadoni¹⁾
Ida Anggrian dan Yanto Effendii²⁾*

ABSTRACT

Shop Kita Panorama Bengkulu is a shop that sells all kinds of food and daily necessities. Located on Jalan Panorama Raya, the shop, which is led by Mrs. Sri Wedari, has been selling since 2015. Besides Kita Panorama Bengkulu, there are many other shops along Panorama Raya Street. This is what makes the competition around Toko Kita Panorama Bengkulu increasingly tight. Seeing the conditions of increasingly fierce competition, the management must be able to give confidence to customers to continue making purchasing decisions at Shop kita Panorama Bengkulu. The purpose of the study was to determine the effect of product display and price on purchasing decisions at Toko Kita Panorama Bengkulu. The sample in this study were 75 consumers who shopped at Toko Kita Panorama Bengkulu. Collecting data using a questionnaire and the analytical method used is multiple linear regression, determination test and hypothesis testing. The results of multiple linear regression calculations obtained multiple linear regression equation $Y = 13.204 + 0.335X_1 + 0.202X_2$. The coefficient of determination of the value of R square is 0.633. This means that X1 (Product Display) and X2 Price, affect the purchase decision (Y) by 63.3% while the remaining 36.7% is influenced by other factors outside the model. The results of the t test at a significance level of 0.05. Partially explain that Product Display and Price variables have a significant influence on the Purchase Decision variable at the Kita Panorama Bengkulu Store. The results of the F test at a significance level of 0.05 explain that the Product Display and Price variables have a simultaneous (together) effect on the Purchase Decision at the Kita Panorama Bengkulu Store.

Keywords: Product Display, Price, Purchase Decision

- 1) Bachelor of Economics (Management)
- 2) Supervisor

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO KITA PANORAMA
DI KOTA
BENGKULU**

Oleh:

Sunofra Rahmadoni¹⁾
Ida Anggriani dan Yanto Effendi²⁾

RINGKASAN

Toko Kita Panorama Bengkulu adalah toko yang menjual segala macam makanan dan kebutuhan sehari-hari. Berlokasi di Jalan Panorama Raya, Toko yang dipimpin oleh Ibu Sri Wedari ini telah berjualan sejak tahun 2015 lalu. Selain Toko Kita Panorama Bengkulu, banyak juga toko lain yang berada di sepanjang Jalan Panorama Raya. Hal ini yang menjadikan persaingan yang ada di sekitar Toko Kita Panorama Bengkulu semakin ketat. Melihat kondisi persaingan yang semakin ketat, pihak manajemen harus dapat memberi keyakinan terhadap pelanggan untuk terus melakukan keputusan pembelian di Toko Kita Panorama Bengkulu.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh *display* produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Kita Panorama Bengkulu. Sampel dalam penelitian ini adalah 75 orang konsumen yang berbelanja pada Toko Kita Panorama Bengkulu. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis.

Hasil perhitungan regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 13,204 + 0,335X_1 + 0,202X_2$. Koefisien determinasi dari nilai R^2 yaitu sebesar 0,633. Hal ini berarti bahwa X_1 (*Display* Produk) dan X_2

Harga, berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) sebesar 63,3% sedangkan sisanya 36,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Hasil uji t pada taraf signifikansi 0,05. Menjelaskan secara parsial variabel *Display* Produk dan Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada Toko Kita Panorama Bengkulu. Hasil uji F pada taraf signifikansi 0,05 menjelaskan bahwa variabel *Display* Produk dan Harga memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kita Panorama Bengkulu.

Kata Kunci: *Display* Produk, Harga, Keputusan Pembelian

- 1) Sarjana Ekonomi (Manajemen)
- 2) Dosen Pembimbing