

**PENGARUH *DISPLAY* PRODUK, SIKAP DAN PERSEPSI
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI MR.DIY PALEMBANG SQUARE MALL**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi**



Diajukan Oleh :

Lidia Pratiwi

2001110129

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2024

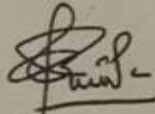
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

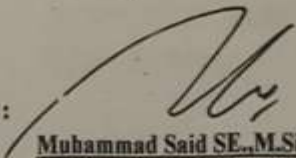
Nama : LIDIA PRATIWI
Nomor Pokok/NPM : 2001110129
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Display* Produk, Sikap dan Persepsi
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di
MR.DIY Palembang Square Mall.

Pembimbing Skripsi :

Tanggal 23 Sept 2014 Pembimbing I :


Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN : 0222096301

Tanggal 23 Sept 2014 Pembimbing II :

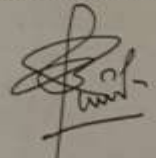

Muhammad Said SE., M.Si
NIDN : 0217046401

Mengetahui,

Dekan
Tanggal : 23 Sept 2014

Ketua Program Studi
Tanggal : 23 Sept 2014




Mariyam Zanariah, SE., M.M
NIDN : 0222096301

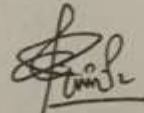
007/PS/DFEB/24

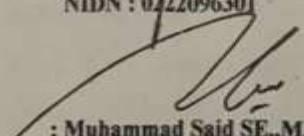
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS


HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : LIDIA PRATTWI
Nomor Pokok/NPM : 2001110129
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *Display* Produk, Sikap dan Persepsi
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di
MR.DIY Palembang Square Mall.

Penguji Skripsi :

Tanggal : 23 Sept 2024 Ketua Penguji : 
: Mariyam Zanariah, SE.,M.M
NIDN : 0222096301

Tanggal : 23 sept 2024 Penguji I : 
: Muhammad Said SE.,M.Si
NIDN : 0217046401

Tanggal : 23 September 2024 Penguji II : 
: Lusia Nargis, SE.,M.Si
NIDN : 0222036101


Mengesahkan,

Dekan
Tanggal : 23 Sept 2024

Ketua Program Studi
Tanggal : 23 Sept 2024



Dr. Msy. Mikial, M.Si, Ak. CA, CSRS
NIDN. 0205026401


Mariyam Zanariah, SE.,M.M
NIDN. 0222096301

007/PS/DFEB/24

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum hingga mereka mengubah diri mereka sendiri.”

(QS. Ar-Ra'd : 11)

“Apapun yang akan terjadi kedepannya, berikan yang terbaik.
Simpanlah Keluh Kesahmu Karena kamu adalah
Harapan Terakhir Keluargamu”

(Lidia Pratiwi)

PERSEMBAHAN

- Allah SWT Telah Memberikan Kelancaran Dan Kemudahan Selama Proses Penyusunan Skripsi
- Kedua Orang Tuaku Tercinta
- Kakak-kakak ku Tersayang
- Para Pendidikku Yang Kuhormati
- Sahabat & Teman-temanku
- Almamaterku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Lidia Pratiwi
NPM : 2001110129
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata Satu (S1)
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Kecuali, yang secara tertulis diacu dalam makalah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 19 September 2024

Penulis,



Lidia Pratiwi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan oleh Allah SWT karena pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “**Pengaruh *Display* Produk, Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall**”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan maupun kekurangan disebabkan oleh masih terbatasnya pengetahuan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, berkat doa, bimbingan, dukungan dari banyak pihak yang membantu penulis. Maka pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal, AE. MS, selaku Rektor Universitas Tridianti.
2. Ibu Dr. Msy. Mikial, SE.,M.Si.Ak,CA,CSRS, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti dan selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Said, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan proposal ini.
5. Ibu Agustina Marzuki, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah banyak membantu selama proses pembelajaran.
6. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti yang telah mengajar dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
7. Ayahanda Nurdin yang sangat penulis cintai dan sayangi yang paling berarti dalam hidup penulis, mendukung, memberi nasihat, dan semangat. Terima

kasih atas setiap lelah dan upaya dalam mencari rezeki agar anak-anaknya bisa mendapatkan pendidikan yang tinggi.

8. Ibunda Saerah yang sangat penulis cintai dan sayangi yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat, mendukung dan nasihat,selama proses hidup penulis terutama pada masa perkuliahan berlangsung.
9. Mahmubah Terima kasih telah kebersamai penulis selama proses penyusunan proposal ini, yang sudah meluangkan waktu, memberikan semangat, mendengarkan keluh kesah dan banyak berkontribusi dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalananku hingga saat ini.
10. Terimakasih Team MR.DIY Palembang Square Mall yang sudah bersedia memberikan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini serta terimakasih atas kemudahan penulis dalam kuliah kerja, memberikan semangat, support, doa serta nasehat .
11. Teman-teman seperjuanganku yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Akhir kata, Penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan proposal ini, semoga proposal ini bermanfaat bagi kita semua.

Palembang, 2024

Penulis,

Lidia Pratiwi

DAFTAR ISI

HALAMAN

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teoristis.....	8
2.1.1 Display Produk	8
2.1.2 Sikap Konsumen	13
2.1.3 Persepsi Konsumen	15
2.1.4 Keputusan Pembelian	18
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	28
2.4 Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
3.1.1 Tempat penelitian	30
3.1.2 Waktu Penelitian	30

3.2. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.2.1 Sumber Data	31
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3 Populasi, Sampel dan Sampling.....	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	33
3.3.3 Sampling.....	33
3.4 Rancangan Penelitian.....	34
3.5 Variabel dan Definisi Oprasional	35
3.5.1 Variabel Penelitian	35
3.5.2 Definisi Oprasional Variabel.....	35
3.6 Instrumen Penelitian	38
3.6.1 Uji Validasi	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	39
3.7 Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.1 Uji Normalitas.....	41
3.7.2 Uji Heteroskedastisitas	41
3.7.3 Uji Multikolinieritas.....	42
3.8 Teknik Analisi Data	42
3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda	42
3.8.2 Analisis Koefisien Koralasi	43
3.8.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	44
3.9 Uji Hipotesis Statistik	44
3.9.1 Uji F (Uji Seacara Simultan).....	44
3.9.2 Uji t (Uji Secara Parsial)	45
BAB 1V HASIL PENELITIAN	48
4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	48
4.1.2 Visi dan Misi	49
4.1.3 Struktur Organisasi	50
4.1.4 Tugas dan Wewenang	50

4.2 Karakteristik Responden	52
4.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin ...	52
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 Hasil Uji Instrumen	54
4.3.1 Hasil Uji Validitas	54
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.4 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.5 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	59
4.5.1 Hasil Uji Multikolinieritas.....	59
4.5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.6 Teknik Analisis Data	61
4.6.1 Hasil Analisa Regresi Linier Berganda.....	61
4.6.2 Hasil Koefisien Korelasi.....	62
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi	63
4.7 Uji Hipotesis Statistik.....	64
4.7.1 Hasil Uji F (Secara Simultan).....	64
4.7.2 Hasil Uji t (Secara Parsial)	66
4.8 Pembahasan	69
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Stok Barang	4
Tabel 2.1 Penelitian yang relevan.....	24
Tabel 3.1 Jadwal Waktu Penelitian Skala Likert	30
Tabel 3.2 Transaksi Bulan Maret.....	32
Tabel 3.3 Definisi Operasional	36
Tabel 3.4 Skala Likert.....	39
Tabel 3.5 Uji Kolerasi.....	43
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.2 Usia Responden	53
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Display Produk (X_1).....	54
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap (X_2)	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Konsumen (X_3).....	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibitas.....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov.....	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinieritas	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Linier Berganda	61
Tabel 4.11 Hasil Analisis Koefisien Korelasi	63
Tabel 4.12 Hasil Analisis Koefisien Determinan.....	64
Tabel 4.13 Hasil Uji Signifikan Simultan (uji F).....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	27
Gambar 4.1 Stuktur Organisasi.....	50
Gambar 4.2 Grafik Scatterplot.....	60

ABSTRAK

Lidia Pratiwi, “Pengaruh *Display* Produk, Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall” (Dibawah bimbingan Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM dan Bapak Muhammad Said, SE., MM.)

Penelitian ini pada dasarnya bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Display* Produk, Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data secara primer dan sekunder, yang diperoleh dengan penyebaran kuesioner. penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dan menggunakan aplikasi statistik SPSS versi 24. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui pembagian kuisoner kepada 100 orang sebagai sampel. Pada saat pengujian asumsi klasik menunjukkan bahwa data tersebut tidak memenuhi kriteria multikolinearitas. Oleh karena itu, peneliti melakukan eliminasi data sehingga jumlah data menjadi 98

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Secara simultan *Display* Produk (X_1), Sikap (X_2) dan Persepsi Konsumen (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikansi variabel bebas dari uji F adalah $0,000 < 0,05$. Secara parsial *Display* Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi ($0,039 < 0,05$). Secara parsial Sikap (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai signifikansi ($0,008 < 0,05$). Secara Parsial Persepsi Konsumen (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai sig-nifikansi ($0,011 < 0,05$).

Kata Kunci: *Display* Produk, Sikap, Persepsi Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Lidia Pratiwi, "The Influence of Product Displays, Consumer Attitudes and Perceptions on Consumer Purchasing Decisions at MR.DIY Palembang Square Mall" (Under the guidance of Mrs. Mariyam Zanariah, SE., MM and Mr. Muhammad Said, SE., MM)

This research basically aims to determine the influence of product displays, consumer attitudes and perceptions on consumer purchasing decisions at MR DIY Palembang Square Mall. In writing this thesis the author used primary and secondary data collection techniques, which were obtained by distributing questionnaires. This research uses multiple linear regression analysis techniques and uses the SPSS version 24 statistical application. The data collection technique is carried out by distributing questionnaires to 100 people as samples. When testing the classical assumptions, it showed that the data did not meet the multicollinearity criteria. Therefore, the researcher carried out data elimination so that the total data became 98

The research results show that simultaneously product display (X_1), attitude (X_2) and consumer perception (X_3) influence purchasing decisions (Y) with the significance value of the independent variable from the F test being $0.000 < 0.05$. Partially, Product Display (X_1) has a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y). This is indicated by the significance value ($0.039 < 0.05$). Partially, Attitude (X_2) has a positive and significant effect on Purchasing Decisions (Y). This is indicated by the significance value ($0.008 < 0.05$). Partially, consumer perception (X_3) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y). This is indicated by the significance value ($0.011 < 0.05$).

Keywords: *Product Display, Attitude, Consumer Perception, Purchase Decision*

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Lidia Pratiwi, dilahirkan di Kayuagung pada tanggal 4 Desember 2001 dari Ayah Nurdin dan Ibu Saerah anak ke Lima dari Lima Bersaudara.

Sekolah dasar diselesaikan pada tahun 2013 di SDN 1 Tanjung Serang, Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada Tahun 2016 di SMPN 4 Kayuagung Kab.OKI dan Selanjutnya Menyelesaikan Sekolah Menengah Kejuruan Pada tahun 2019 di SMKN 1 Kayuagung. Pada Tahun 2020 ia Memasuki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Strata Satu Universitas Tridinanti.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi dalam dunia bisnis saat ini berlangsung dengan cepat, dimana persaingan semakin tinggi dan semakin ketat. Setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk mendapatkan pangsa pasar yang setiap harinya akan selalu bertumbuh. Indonesia sebagai negara berkembang mengalami perkembangan dalam sektor bisnisnya, khususnya dalam bisnis ritel yang sedang berkembang pesat untuk menjawab kebutuhan dan keinginan konsumen.

Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang ritel yang berkembang dengan pesat hingga mempunyai 786 cabang yang tersebar di kota-kota di Indonesia adalah MR.DIY. MR.DIY di dirikan oleh PT. Duta Intiguna Yasa yang telah berdiri sejak tahun 2017. MR.DIY memberikan pelayanan penjualan mulai dari aksesoris, *fashion*, olahraga, hingga pada peralatan rumah tangga. Banyaknya jumlah outlet MR.DIY yang sudah tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya di kota Palembang yaitu MR.DIY Palembang Square Mall. Semua produk yang dimiliki MR.DIY Palembang Square Mall merupakan barang yang memiliki daya tariknya masing-masing, mulai dari bentuk, pemilihan warna hingga inovasi produk tersebut dalam berbagai macam variasi yang unik. Namun dalam sebuah keputusan pembelian oleh konsumen tidak hanya bisa dilihat dari produk-produk yang ditawarkan saja, namun juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *display* produk, sikap dan persepsi konsumen.

Display produk adalah usaha untuk menonjolkan pajangan produk di dalam belantara produk yang beraneka ragam. Memajangkan barang di dalam toko dan etelase, mempunyai pengaruh besar terhadap pembelian. *Display* produk sering juga disebut dengan *visual merchandising* yang artinya kemampuan untuk melihat dengan mata yang digambarkan dalam pikiran membentuk suatu gambaran fenomena keindahan dan image.

Display produk (Penataan barang) sangat berperan penting untuk menarik pembeli yang hanya sebatas melihat produk, tetapi dampak yang diharapkan dari *display* produk adalah adanya nilai pembelian terhadap profit perusahaan atau penambahan jumlah transaksi secara berkala. *Display* produk tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menampilkan barang dagangan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi konsumen dalam memandang dan merespon produk dan merek tertentu.

Persepsi konsumen adalah kesan gambaran atau tanggapan yang dimiliki seseorang setelah orang tersebut menyerap untuk pada produknya. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan pesaing adalah memberikan nilai dan berkualitas dengan dengan mengetahui beberapa hal (objek), melalui panca indera. Walgito (2010) mengungkapkan bahwa persepsi merupakan suatu proses pengorganisasian, penginterpretasian terhadap stimulus yang diterima oleh organisme atau individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti, dan merupakan aktivitas yang integrated dalam diri individu. persepsi adalah suatu kesan terhadap suatu objek yang diperoleh melalui proses penginderaan, pengorganisasian, dan interpretasi terhadap obyek tersebut yang diterima oleh

individu, sehingga merupakan suatu yang berarti dan merupakan aktivitas *integrated* dalam diri individu.

Sikap merupakan komponen penting dalam perilaku pembelian. Studi tentang sikap merupakan kunci untuk memahami perilaku pembelian. Sikap merupakan hasil evaluasi yang mencerminkan rasa suka atau tidak suka terhadap produk, sehingga pemasar dapat menduga potensi pembelian dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Menurut Philip Kotler (2021) menekankan bahwa pengalaman digital yang dipersonalisasi dan keterlibatan langsung melalui platform digital memainkan peran besar dalam membentuk sikap dan keputusan pembelian konsumen. Sikap konsumen merujuk pada perasaan, evaluasi, dan kecenderungan perilaku individu terhadap produk, merek, atau layanan tertentu. Sikap ini terbentuk dari kombinasi pengetahuan, emosi, dan pengalaman yang dimiliki konsumen terhadap suatu produk atau merek.

Setelah melakukan observasi awal, peneliti melakukan survei di toko Mr.DIY Palembang Square Mall, sebuah perusahaan distribusi besar di Palembang. Dari keluhan-keluhan pelanggan yang berkunjung lebih dari sekali, terdapat beberapa masalah yang sering muncul. Salah satunya adalah ketersediaan produk yang tidak lengkap, tata letak *display* yang tidak teratur, dan perbedaan harga antara *price label* dengan harga yang dibayar di kasir, serta barang dengan cabang lainnya.

Tabel 1.1

Stok Barang di Toko MR.DIY Palembang

Nama Barang	Palembang Square Mall (PS)	Palembang Trade Center (PTC)	Palembang Icon Mall (PI)
Botol minum	50	80	70
Tas anak-anak	12	24	18
Bunga	24	36	36
Mainan Anak-anak	24	36	30
Pena	12	24	24

Sumber: MR DIY Palembang (2024)

Pelanggan memiliki persepsi bahwa cabang MR.DIY Palembang Square Mall tidak sekomplit cabang-cabang lainnya dan bahwa kualitas pelayanan dari karyawan kurang memuaskan. Peneliti mengindikasikan bahwa keluhan-keluhan ini disebabkan oleh kurangnya penjelasan mengenai produk dan lokasi produk di dalam toko, serta respon yang kurang memuaskan dari karyawan saat memberikan pelayanan kepada konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tentang **Pengaruh *Display* Produk, Sikap Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Mr. Diy Palembang Square Mall.**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah *Display* Produk, Sikap Dan Persepsi Konsumen Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kosumen Di MR.DIY Palembang Square Mall?
2. Apakah *Display* Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall?
3. Apakah Sikap Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall?
4. Apakah Presepsi Konsumen Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di MR.DIY Palembang Square Mall?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh *Display* Produk, Sikap dan Persepsi Konsumen secara simultan akan berpengaruh terhadap pembelian kosumen di MR.DIY Palembang Square Mall.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Display Produk terhadap keputusan pembelian konsumen di MR.DIY Palembang Square Mall.
3. Untuk Mengetahui pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian konsumen di MR.DIY Palembang Square Mall.
4. Untuk Mengetahui pengaruh Presepsi terhadap keputusan pembelian konsumen di MR.DIY Palembang Square Mall.

1.4 Manfaat penelitian

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberi manfaat kepada pihak sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan guna untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen maupun sekitarnya.

2. Bagi Universitas Tridinanti

Sebagai acuan atau referensi dalam studi penelitian selanjutnya serta dapat memberikan informasi yang berguna bagi Universitas Tridinanti.

3. Bagi Penulis

Diharapkan dengan adanya penelitian dapat menambah ilmu, wawasan dan keterampilan di bidang bisnis ritel serta bisa mempraktekannya jika sudah berkerja nanti sesuai apa yang sudah dipelajari saat kuliah maupun penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrianti, Nurul. 2020. Pengaruh Display Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Tevina Mart UKUI 1 Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Buchari Alma, Unicom.com, (2014). “Pengertian Bisnis Display”
- Gunawan, Didik. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional
- Hefry, W. K.W,&Ainur, S.(2012). *Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Ace Hardware Sidoarjo*. Universitas Muhamadiyah Sidoarjo.
- Imam Ghozali (2017). “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Edisi Kelima.
- Irawan, N. (2019).*Pengaruh Display produk, Promosi dan Perepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Pada Hypermart Paragon Mall Semarang*. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Semarang.
- Kotler dan Keller, 2019. Manajemen Pemasaran :Jilid 1. Edisi 13. Erlangga. Jakarta
- Kotler dan Keller, Umpo,ac.com, (2016). “ Pengertian Keputusan Pembelian”
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Armstrong, Journal, Com. (2016). “Dimensi Keputusan Pembelian”
- Lie, Geraldly. 2017. Pengaruh Bauran Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sparkle The Organizer Manado.
- Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir.(2023). Universitas Tridinanti
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan. 2015. Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis
- Sari, Ratna Dwi Kartika. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Cv. Mega Jaya Mebel Semarang.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, penerbit Alfabeta, Bandung.

Suhartanto (2014). "Metode Riset Pemasaran". Bandung: Alfabeta

Teuku, E., Karmila, M., & Juni, A. (2021). Pengaruh Faktor Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Mild Di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe. Jurnal Riset Manajemen Bisnis dan Akuntansi.

Wardhana, Hefry Wika Kusuma. 2012. Pengaruh Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pt. Ace Hardware Sidoarjo. KANAL,