ABSTRAK

Ade Irman "Pengaruh Display Toko dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Baby Bones Bandung".
Dibawah bimbingan : Rizki Zulfikar SE.,M.Si

Kebutuhan masyarakat akan pakain sangat besar, itu bisa di lihat dari jumlah permintaan pakaian dari tiap tahunnya. Setiap masyarakat mempunyai pertimbangan dalam memilih pakaian yang lagi trend saat ini, karena setiap masyarakat mempunyai persepsi yang berbeda mengenai pakaian dalam mengambil keputusan. Oleh karena itu setiap perusahaan pakaian harus mengetahui jenis pakaian apa yang lagi trend saat ini.

Tujuan penelitian ini antara lain yaitu, (1) untuk mengetahui bentuk dan gambaran penataan display toko pada distro baby bones Bandung. (2) untuk mengetahui bagaimana bentuk promosi penjualan pada distro baby bones Bandung. (3) untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang keputusan pembelian pada distro baby bones Bandung. (4) untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya penataan display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada distro baby bones Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan sampel sebanyak 82 orang yang merupakan konsumen yang datang ke distro baby bones, serta menggunakan analisi regresi linier berganda untuk mengethui model matematis, analisis korelasi *product moment(pearson)*, untuk menghitung tingkat keeratan hubungan analisis determinasi untuk mengetahui pengaruhnya. Untuk memudahkan dalam proses pengolahan data, penulis menggunakan *software SPSS for window versi 17.0*.

Hasil yang dipeorleh bahwa display toko dan promosi penjualan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian yaitu dengan korelasi ® sebesar 0,264 sedangkan besarnya pengaruh terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 6,96% yang diukur dengan menggunakan rumus koefisien determinasi. Hasil perhitungan uji hipotesis di peroleh bahwa t hitung lebih kecil dari t tabel (1.279<1,645) Ho diterima (X1) dan terdapat pengaruhnya yang signifikan antara display toko terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan positif. Sedangkan uji hpotesis untuk (X2) t hitung lebih kecil dari t tabel (-0,915<1,645) Ho diterima dan terdapat pengaruhnya antara promosi penjualan terhadap keputusan pembelian walau pengaruhnya rendah. Dengan demikian semakin bagus bentuk penataan display toko dan promosi penjualan maka keputusan pembelian akan semakin tinggi.

Kata Kunci: ***Keputusan Pembelian, Promosi Penjualan, Display Toko***