

ABSTRAK

Samsiah Nasution, Nim 7182143004. Pengaruh *Display* Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko SRC (*Saompurna Ritel Community*) Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas. Skripsi, Jurusan Ekonomi, Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2023.

Masalah dalam Penelitian ini adalah rendahnya keputusan pembelian di Toko SRC (*Saompurna Ritel Community*) Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *Display* Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pembeli pada toko SRC (*Saompurna Ritel Community*) Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*. Sehingga jumlah sampel sebanyak 60 orang. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah angket dalam bentuk skala likert.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini yaitu $Y = 18,813 + 0,393X_1 + 0,403X_2 + e$, berarti ada pengaruh positif dan signifikan variabel *Display* Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen. Pengujian secara parsial (Uji t) untuk uji hipotesis antara *display* produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,509 > t_{tabel}$ sebesar 1,672 dengan sig 0,015, untuk uji hipotesis antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,474 > t_{tabel}$ sebesar 1,672 dengan sig 0,016, dan uji F diperoleh nilai $F_{hitung} 65,390 > F_{tabel} 3,16$ dengan sig 0,000 untuk uji hipotesis secara simultan antara *display* produk, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *display* produk, dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada pembeli toko SRC (*Saompurna Ritel Community*) Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas. Koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,696 atau 69,6 % dimana hal ini menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh yang diberikan oleh variabel *Display* Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian konsumen sebesar 69,6 %.

Kata Kunci : Display Produk, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Samsiah Nasution, Nim 7182143004. The Influence of Product Display and Product Completeness on Purchase Decisions at Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas SRC (Saompurna Retail Community) Stores. Thesis, Department of Economics, Business Education Study Program, Faculty of Economics, Medan State University 2023.

The problem in this study is the low purchase decision at the Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas SRC (Saompurna Retail Community) Store. The purpose of this study was to determine the effect of Product Display and Product Completeness on Purchasing Decisions. The population in this study were all buyers at the Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas SRC (Saompurna Retail Community) store. The sampling technique was carried out using accidental sampling. So that the number of samples is 60 people. The data collection instrument used was a questionnaire in the form of a Likert scale.

The results of the data analysis show that the multiple linear regression equation in this study is $Y = 18.813 + 0.393X_1 + 0.403X_2 + e$, meaning that there is a positive and significant effect of the Product Display variable and Product Completeness on Consumer Purchase Decisions. Partial testing (t test) to test the hypothesis between product display and purchasing decisions shows a tcount value of 2.509 > ttable of 1.672 with a sig of 0.015, for hypothesis testing between product completeness and purchasing decisions shows a tcount value of 2.474 > ttable of 1.672 with a sig of 0.016, and F test obtained Fcount 65.390 > Ftable 3.16 with sig 0.000 for simultaneous hypothesis testing between product displays and product completeness on purchasing decisions. Thus it can be concluded that product display and product completeness have a positive and significant effect on purchasing decisions at SRC (Saompurna Retail Community) shop buyers Ananda Putri Sibuhuan Padang Lawas. The coefficient of determination (R²) obtained is 0.696 or 69.6% which shows the magnitude of the influence contribution given by the Product Display and Product Completeness variables on Consumer Purchase Decisions of 69.6%.

Keywords: Product Display, Product Completeness, Purchase Decision