

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *POINT OF PURCHASE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Chandra *Superstore* Tanjung Karang Bandar Lampung)**

**Oleh**

**RICKY NOVELDY NAPITUPULU**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel *point of purchase* (*display*, *signage*, dan *in store media*) terhadap variabel keputusan pembelian konsumen Chandra *Superstore* Tanjung Karang Bandar Lampung.

Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Populasi dari penelitian ini merupakan konsumen yang berbelanja di Chandra *Supertore* Tanjung Karang Bandar Lampung dengan beberapa kriteria. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh besar sampel penelitian yaitu 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner serta alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel *display* dan *in store media* berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan, untuk variabel *signage* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya, secara simultan variabel *display*, *signage* dan *in store media* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *Point Of Purchase*, Keputusan Pembelian, Chandra *Superstore*