**ABSTRAK**

**Toko Pegashoes KS 18 Bandung merupakan salah satu jenis bisnis *fashion* yang menjual sepatu sneakers dimana didalam toko terdapat sepatu-sepatu sneakers dengan merk adidas, nike, asics, new balance, vans, dan converse. Berdasarkan hasil penelitian pada Toko Pegashoes KS 18 Bandung, peneliti menemukan masalah dalam kegiatan perusahaan diantaranya konsumen memberikan keluhan yang kurang menguntungkan mengenai informasi mengenai produk didalam toko yang belum memadai dan karyawan tidak cepat tanggap memberikan gagasan informasi perihal kebutuhan konsumen. Hal ini disebabkan karena belum optimalnya penataan pada *interior display* yang tidak membuat tanda-tanda untuk memberikan informasi mengenai produk di dalam toko.**

**Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh penataan (*display*) produk terhadap keputusan pembelian di Toko Pegashoes KS 18 Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan berupa observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran angket kepada 30 responden. Untuk analisis data digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi X pada Y, uji signifikan, regresi linier sederhana, koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa koefisien korelasi X pada Y diperoleh nilai korelasi atau hubungan antara penataan (*display*) produk dan keputusan pembelian sebesar 0,863 sehingga memiliki hubungan yang sangat kuat. Sedangkan koefisien determinasinya sebesar 74,48% penataan (*display*) produk mempengaruhi keputusan pembelian dan sisanya sebesar 25,52% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti pelayanan, kelengkapan produk, lokasi, promosi penjualan.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain menggunakan jasa konsultan atau ahli dalam bidang *display* produk penataan atau penempatannya teratur, lebih memperhatikan kinerja karyawan, dan juga disarankan untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan, kelengkapan produk, lokasi, promosi penjualan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.**

**Kata Kunci: Penataan (*display*) Produk, Keputusan Pembelian**

***ABTRACT***

***Pegashoes Store KS 18 Bandung is a type of fashion business that sells sneakers where in the store there are sneakers with the brands of adidas, nike, asics, new balance, vans, and converse. Based on research results at Pegashoes Store KS 18 Bandung, researchers found problems in company activities including consumers giving unfavorable complaints about inadequate information products in stores and employees are not responsive to giving information ideas about consumer needs. This is due to the lack of optimal arrangement of the interior display that does not make signs to provide information about products in the store.***

***The purpose of the research conducted was to determine the effect of product arrangement on purchasing decisions at the Pegashoes Store KS 18 Bandung. The research method used is descriptive analysis method. Data collection techniques used were library research and field research in the form of non-participant observation, structured interviews, and questionnaires to 30 respondents. For data analysis used validity test, reliability test, hypothesis test, correlation coefficient X on Y, significant test, simple linear regression, coefficient of determination.***

***Based on the data obtained from the results of the study, that the correlation coefficient X on Y obtained the value of the correlation or relationship between product arrangement and the purchase decision of 0.863 so that it has a very strong relationship. While the determination coefficient of 74.48% product display affects the purchase decision and the remaining 25.52% is influenced by other factors outside research such as service, product completeness, location, sales promotion.***

***Suggestions that researchers can suggest include using the services of consultants or experts in the field of product display structuring or placement regularly, paying more attention to employee performance, and it is also advisable to conduct further research on services, product completeness, location, sales promotions that influence decisions consumer purchases.***

***Keywords: Product display, Purchasing Decision***

**ABSTRAK**

**Toko Pegashoes KS 18 Bandung mangrupa salah sahiji rupi jual beuli fashion anu ngajual sapatu sneakers di mana didalam toko aya sapatu-sapatu sneakers kalawan merek Adidas, Nike, Asics, New Balance, Vans, sarta Converse. Dumasar kenging panalungtikan dina Toko Pegashoes KS 18 Bandung, panalungtik mendakan lalangse dina kagiatan pausahaan diantarana konsumen mikeun kahumandeuar anu kirang nguntungkeun ngeunaan bewara ngeunaan produk didalam toko anu tacan nyukupan sarta pagawe henteu enggal tanggap mikeun alpukah bewara nitmen kaperluan konsumen. Perkawis ieu jalaran margi teu acan optimalnya penataan dina interior display anu henteu midamel tawis-tawis kanggo mikeun bewara ngeunaan produk di jero toko.**

**Tujuan panalungtikan anu dipigawe nyaeta kanggo ngauningakeun pangaruh penataan (*display*) produk ka kaputusan meuli di Toko Pegashoes KS 18 Bandung. Padika panalungtikan anu dipake nyaeta padika deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data anu dipake nyaeta panalungtikan kepustakaan sarta panalungtikan lapangan mangrupi observasi non partisipan, tanya jawab terstruktur, sarta sumebarna angket ka 30 responden. Kanggo analisis data dipake uji validitas, uji reliabilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi X dina Y, uji signifikan, regresi linier basajan, koefisien determinasi.**

**Dumasar data anu ditampa ti kenging panalungtikan,yen koefisien korelasi X dina Y ditampa peunteun korelasi atawa hubungan antawis penataan (display) produk sarta kaputusan pembelian sagede 0,863 ku kituna ngabogaan hubungan anu kiat pisan. Sedengkeun koefisien determinasinya sagede 74,48% penataan (display) produk mangaruhan kaputusan pembelian sarta sesana sagede 25,52% dipangaruhan ku faktor-faktor sanes diluar panalungtikan sepertos pangladen, kelengkapan produk, lokasi, promosi penjualan.**

**Bongbolongan-bongbolongan anu tiasa panalungtik dugikeun antawis sanes ngagunakeun jasa konsultan atawa ahli dina widang display produk nyimpen atawa nempatkeun na teratur, langkung nengetan kinerja pagawe, sarta oge dibongbolongankeun kanggo ngalakukeun panalungtikan langkung teras ngeunaan pangladen, kelengkapan produk, lokasi,promosi ngajual anu boga pangaruh ka kaputusan pembelian konsumen.**

**Sanggem Kunci: Penataan (display) Produk,Kaputusan Pambelian**