

ABSTRACT

This study revealed that there are four variables that aim to determine the effect of product arrangement, price, and brand loyalty on purchasing decisions in Indomaret. Respondents in this study were people who had shopped at Indomaret. This research was conducted on 160 respondents using a quantitative approach. Data analysis used is statistical analysis in the form of Partial Least Square (PLS). This study shows that by t test the Product Structuring, Price, and Brand Loyalty variables have a positive and significant effect on Purchasing Decisions at Indomaret

Keywords: Display Product, Price, Brand Loyalty, and Buying Decision.



ABSTRAK

Penelitian ini mengungkapkan ada empat variabel yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh penataan produk, harga, dan loyalitas merek terhadap keputusan pembelian di indomaret. Responden pada penelitian ini adalah masyarakat yang sudah berbelanja di Indomaret. Penelitian ini dilakukan terhadap 160 responden dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dalam bentuk *Partial Least Square* (PLS). Penelitian ini menunjukkan bahwa secara uji t variabel Penataan Produk, Harga, dan Loyalitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Indomaret.

Kata Kunci : Penataan Produk, Harga, Loyalitas Merek, dan Keputusan Pembelian.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA