

Abstrak

Perkembangan usaha bisnis ritel telah memasuki persaingan yang lebih ketat dan kompetitif, dengan kondisi seperti ini manajemen bisnis ritel dituntut untuk mengembangkan usaha pemasaran yang inovatif dan menerapkan lebih banyak usaha dalam meningkatkan produk dan juga kualitas pelayanan guna menarik konsumen. Ketika konsumen masuk ke sebuah toko, kebanyakan dari mereka mengambil keputusan ketika mereka berada di dalam toko, dengan hal tersebut maka retailer berusaha mempengaruhi konsumen ketika mereka berada pada tempat pembelian, sehingga timbul suatu keputusan pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Untuk mencapai hal tersebut, salah satu strategi adalah menggunakan *Point Of Purchase* adalah komunikasi pada tempat pembelian yang menggabungkan *Display, Signage, In-store media* untuk meningkatkan suasana komunikasi konsumen ketika berada di dalam toko.

Identifikasi masalah adalah penerapan *Point Of Purchase* yang dilakukan oleh Hypermart Supermall Pakuwon dengan keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang penerapan *Point Of Purchase* yang terdiri dari display, Signage, In-Store Media di Hypermart Supermall Pakuwon.

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif untuk menguji adanya hubungan antara penerapan *Point Of Purchase* dengan keputusan pembelian konsumen. Data yang dikumpulkan adalah data primer melalui kuesioner yang disebarkan ke konsumen Hypermart sebanyak 160 responden, yang diambil melalui sistematis sampling, dan data sekunder dari pihak perusahaan serta artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Berdasarkan hasil analisa dengan menggunakan analisa regresi berganda, diketahui bahwa penerapan *Point Of Purchase* yang diterapkan oleh Hypermart Supermall Pakuwon mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, baik secara parsial maupun bersama-sama, dan ternyata mempunyai hubungan yang positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menerapkan *Point Of Purchase* yang baik akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci : Variabel *Point Of Purchase*, Keputusan Pembelian, Hypermart Supermall Pakuwon