

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui “PERSEPSI SIKAP KONSUMEN DAN LAYOUT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET INDOMARET KEDUNG COWEK DI SURABAYA”. Seiring perkembangan sektor industri di Indonesia, keberadaan bisnis eceran ditengah-tengah masyarakat menjadi semakin penting. Peranan industri ritel menjadi bagian-bagian dari aktifitas bisnis yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal ini disebabkan adanya perubahan dalam pola berbelanja masyarakat yang semakin selektif. Berkembangnya industri ritel tidak terlepas dari adanya pergeseran atau perubahan gaya hidup dari tradisional menjadi modern sehingga menyebabkan perubahan pola pelaku belanja seseorang terutama di kota-kota besar saat ini. Penelitian ini termasuk dalam jenis pendekatan kualitatif.dengan rumusan masalah apakah persepsi sikap konsumen dan layout berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk itu peneliti menggunakan tiga faktor yaitu persepsi, sikap dan layout. Kemudian peneliti memilih sepuluh orang responden untuk diwawancarai dengan kriteria jenis kelamin, umur, pekerjaan, dan pendidikan terakhir untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan persepsi konsumen kemudian dianalisis untuk memperoleh sebuah kesimpulan tentang keputusan pembelian. Hasil penelitian dari persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada minimarket indomaret kedung cowek kota Surabaya meliputi kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, promosi, pengalaman pribadi, dan media sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada minimarket di kota Surabaya. Kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, promosi, pengalaman pribadi, dan media sosial yang secara langsung memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah dalam hal promosi.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, kualitas produk, promosi, pengalaman pribadi, peran keluarga, media sosial dan keputusan pembelian