



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Sosialisasi Pentingnya Layout Toko Untuk Meningkatkan Penjualan

Aprilda Yanti¹, Muhammad Asyari Syahab²

¹ Fakultas Ekonomi & Bisnis/Manajemen Retail, Universitas Battuta, Indonesia

² Fakultas Ekonomi & Bisnis/Kewirausahaan, Universitas Battuta, Indonesia

Keywords:

Layout;
Pelayanan;
Penjualan

Abstract.

Friendly service is the key to being able to maintain a retail business amidst the many similar retailers emerging. Arranging the store layout and visual merchandising of the store is one of the keys to providing friendly service. Providing a unique interior design for your shop or place of business is one of the best ways to increase consumer interest in visiting your shop so that it can increase the number of shop sales. Arranging the shelves and merchandise in the shop is an important prerequisite in a retail outlet because a good layout will provide many benefits for the company in the process of completing the work. Besides that, a good layout will also make it easier to carry out work mechanisms, influence work productivity both positively and negatively and provide excellent service effects to customers.

Corresponding author*

Email: Apridayanti90@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis ritel dewasa ini berlangsung sangat ketat seiring dengan berjalannya waktu. Setiap perusahaan dituntut untuk mampu memberikan pelayanan terbaiknya kepada konsumen karena pelayanan merupakan hal yang penting untuk dapat menjaga keberlangsungan ritel itu sendiri.

Penataan rak-rak dan barang dagangan di dalam toko merupakan prasyarat yang penting dalam sebuah gerai ritel karena tata letak yang baik akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan dalam proses penyelesaian pekerjaan. Disamping itu tata letak yang baik juga akan memberikan kemudahan dalam menjalankan mekanisme kerja, mempengaruhi produktivitas kerja baik positif maupun negatif dan memberikan efek pelayanan yang prima kepada pelanggan.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Dengan adanya kegiatan sosialisasi ini diharapkan Perusahaan ritel mampu menciptakan kondisi yang membuat karyawan dan pelanggan senang dan merasa nyaman saat bekerja serta berbelanja, karena dengan begitu karyawan akan memiliki emosi yang positif dan bekerja sesuai Standar Operasional Prosedur (SOP) yang sudah ditentukan yang akan membuat suasana menjadinya lebih positif dan karyawan dapat melayani pelanggan dengan baik. Luasnya lahan yang dimiliki oleh ritel skala besar memberikan kemudahan untuk karyawan Menyusun bagaimana layout toko sehingga mampu membangun suasana yang nyaman bagi karyawan dan pelanggan yang berada di dalam gerai. Hal ini sesuai dengan pengertian dari layout toko yaitu desain dari pada interior toko untuk memberikan kemudahan pengunjung berkeliling toko dan untuk dapat menampilkan semua barang secara maksimal, serta dapat memberikan kemudahan karyawan untuk bekerja secara efektif dan efisien sehingga dapat mempermudah pencapaian tujuan Perusahaan.

Tata letak toko memiliki banyak dampak strategis karena dapat menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas, biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan dan citra Perusahaan. Swalayan juga harus mampu menciptakan kenyamanan kerja karyawan melalui tampilan toko dan keadaan lingkungan toko, tidak hanya layout di dalam toko.

2. METODE

Metode yang digunakan pada pengabdian kepada Masyarakat ini adalah pelatihan/penyuluhan dan diskusi interaktif. dimana diberikan pembekalan mengenai pentingnya playanan dan layout toko yang baik untuk sebuah bisnis retail. Dosen yang juga selaku praktisi memberikan pengarahan dan menstimulus para karyawan dan pimpinan retail dalam menjaga serta meningkatkan pelayanan dan memberikan layout toko yang baik, nyaman, bagus, rapi dan bersih untuk menarik konsumen yang akan membuat penjualan menjadi meningkat. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 04 - 05 Desember 2023 dengan beranggotakan 2 orang dosen dan 1 orang mahasiswa yang dilaksanakan di Matahari Department Store Binjai.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh para dosen yang memiliki pemahaman dan bidang keilmuan sesuai dengan judul sosialisasi yang dilaksanakan tentang pentingnya layout toko untuk meningkatkan penjualan pada Matahari Department Store Binjai.

Layout sendiri dipandang sebagai proses untuk menentukan suatu kebutuhan terhadap ruang. Selain itu lay out ini juga mempengaruhi penggunaan ruangan secara terperinci agar dapat menyiapkan susunan yang praktis dari faktor-faktor yang ada dan dianggap perlu untuk pelaksanaan kerja dengan biaya yang layak.

Setiap bentuk layout sendiri di sesuaikan dengan kebutuhan dan juga keinginan dari pengguna layout tersebut. Dengan kata lain, layout satu tempat dengan tempat yang lain memiliki



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



perbedaan, yang mana hal tersebut juga mencirikan mengenai kebiasaan, kebudayaan dan adat istiadat yang berkembang di sekitar tempat tersebut. Hal ini dimaksudkan agar para penikmat layout yang tepat dan efisien akan menimbulkan rasa nyaman, mempermudah pekerjaan, serta dapat berdampak pula pada efektivitas dari pekerjaannya sendiri. Selain itu, Layout juga dapat dikatakan sebagai pemicu orientasi membeli pelanggan. Dimana orientasi membeli pelanggan merupakan ketertarikan pelanggan atau perhatian yang diberikan oleh pelanggan pada saat berbelanja terhadap produk tertentu.

Seorang pebisnis yang ingin merubah layout tempat usahanya haruslah memperhatikan lingkungan sekitar *store* atau toko yang ia miliki. Dimana perubahan layout ini bukan hanya sekedar tata letak, melainkan penempatan letak perlengkapan, alokasi ruang, pengelompokan produk, serta arus lalu lintas pekerjaan. Bagi seorang pelanggan kesan pertama yang baik akan membuat mereka merasa nyaman dan senang saat berbelanja. Hal ini dapat diawali dari pandangan pertama mereka terhadap tempat usaha Anda. Dimana ketertarikan tersebut didasarkan pada persepsi yang diperoleh dari penglihatan yang mana akan membuat sifat rasionalitas mereka mengambil alih dan menyebabkan para konsumen ingin untuk berbelanja untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginan mereka terhadap suatu barang atau jasa.

Penataan layout yang baik dan nyaman akan memberikan berbagai manfaat, baik itu manfaat untuk pemilik toko atau tempat usaha ataupun manfaat bagi konsumen dan juga pegawai dari toko tersebut. Manfaat-manfaat tersebut diantaranya:

1. Dapat memberikan rasa nyaman, aman dan rasa ketertarikan baik itu bagi konsumen ataupun bagi pegawai toko tersebut.
2. Memudahkan dalam melakukan pekerjaan di dalam toko karena tempat dan lokasi peralatan dan perlengkapan toko ditempatkan di tempat yang efektif.
3. Meminimalisir terjadinya gangguan saat bekerja ataupun saat konsumen sedang berbelanja.
4. Lebih udah dalam hal pengwasan dalam toko.

Berikut ini merupakan foto kegiatan Sosialisasi pentingnya layout toko untuk meningkatkan penjualan



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



Gambar 1. Dokumentasi

PERAN PENTING DESAIN INTERIOR DALAM STORE BASED RETAIL

Terdapat beberapa hal yang menyebabkan mengapa desain interior yang menunjang menjadi sangat penting bahkan dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi store based retail, di antaranya adalah sebagai berikut:

Desain interior yang tepat merupakan daya tarik tersendiri bagi pengunjung. Tujuan berbelanja tidaklah murni untuk memenuhi dan membeli kebutuhan semata. Adanya kebutuhan psikologi yang sifatnya irasional (selain kebutuhan fungsional). Berbelanja adalah aktivitas yang memiliki beberapa fungsi, misalnya untuk melepaskan diri dari rutinitas, mempelajari trend baru, kegiatan fisik, sensory stimulation (kegiatan cuci mata), sosialisasi dan bermasyarakat, serta simbol status dan otoritas. Bagi para retailer, desain interior toko dapat membantu membentuk arah maupun durasi perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan kemungkinan pembelian.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Sehingga di sini desain toko berfungsi sebagai salah satu stimuli. Suasana dan desain interior yang tepat dapat mendorong konsumen untuk mengunjungi suatu toko.

Desain interior toko dapat mengkomunikasikan citra toko

Perkembangan sektor ritel yang sedemikian pesat, menyebabkan bertambahnya pula jumlah toko-toko. Diantara banyaknya toko lain, maka agar tetap memiliki daya saing, perlunya desain interior yang unik, nyaman namun tetap fungsional dan mendukung suasana berbelanja dapat menjadi unsur pembeda dibanding toko lainnya. Selain itu desain tersebut dapat mengekspresikan berbagai karakteristik toko dan pencitraan pada pengunjung misalnya toko busana berharap untuk menarik pelanggan skala tertentu dengan citra yang diberikan.

Desain interior toko dapat mengundang reaksi emosi pengunjung

Desain dan suasana toko, mempengaruhi keadaan emosi pengunjung. Keadaan emosional akan membuat dua perasaan yang dominan yaitu perasaan senang dan membangkitkan keinginan, baik yang muncul dari psikologikal set ataupun keinginan yang bersifat mendadak (impulse). Kondisi ruang dapat mempengaruhi keadaan emosi konsumen yang menyebabkan meningkatnya atau menurunnya pembelian. Lebih lanjut, dalam berbagai penelitian serupa, juga terbukti positif dapat meningkatkan keadaan emosional yang selanjutnya berpengaruh terhadap perilaku belanja konsumen. Sehingga di sini desain toko akan sangat menarik bagi retailer karena pertama, berbeda dengan banyak pengaruh situasi yang berada di luar kendali, retailer mampu memberntuk kemampuan untuk menciptakan desain ruang dan suasana sebagai controllable variable. Kedua, pengaruh ini dapat ditujukan kepada konsumen yang tepat di tempat yang benar di dalam toko, maupun di luar toko.

Evolusi desain interior pusat perbelanjaan yang semakin kreatif dan tematik

Adanya evolusi dari bentuk-bentuk pusat perbelanjaan itu sendiri akan mendorong bentuk-bentuk interior masing-masing toko sehingga menjadi lebih kreatif. Evolusi bentuk dan desain ini tidak terlepas dari kondisi sosial ekonomi dan gaya hidup masyarakat. Jika pada era 1980-an dan sebelumnya, jenis pusat perbelanjaan adalah pasar-pasar tradisional, dan specialty stores (toko-toko yang menjual satu jenis barang khusus), serta pusat perbelanjaan sederhana dengan bentuk kotak atau big box serta tanpa sentuhan teknologi komputerisasi, dan penghawaan buatan. Di sini unsur desain interior toko mulai diperhatikan dan direncakan secara lebih agar dapat mencerminkan citra yang diinginkan. Selanjutnya, pada era 2000-an hingga kini, bentuk-bentuk pusat perbelanjaan akan menjadi semakin kreatif dan tematik dengan berbagai. Hal ini turut mempengaruhi perkembangan desain interior toko di dalamnya menjadi lebih tematik dan berkarakter. Elemen-elemen interior yang dahulunya kurang diperhatikan, kini untuk menghadirkan suasana yang berbeda. Desain juga lebih terintegrasi dengan kemajuan teknologi

and alat-alat mekanis. Karena berperan cukup penting seperti telah disebutkan di atas, pihak desainer interior maupun retailer selaku owner diharapkan dapat bekerja sama untuk mewujudkan suatu desain interior yang tepat. Desain interior toko yang baik akan memiliki tujuan sebagai berikut:



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



- Desain yang secara konsisten dapat mencerminkan image dan strategi

Desainer interior harus mampu mewujudkan desain yang dapat mencerminkan image atau citra dan strategi market target, market segment dan positioning toko. persepsi pengunjung atas desain interior toko berkorelasi positif dengan persepsi harga, kualitas pelayanan interpersonal dan kualitas merchandise.

- Desain yang dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung

Untuk dapat memberikan daya tarik ini, maka secara optimal desainer harus dapat secara kreatif mewujudkan desain yang memberikan pembedaan dan cukup unik dibandingkan dengan toko-toko lainnya. Keunikan desain dapat meningkatkan visibility toko.

- Desain yang mempertimbangkan fungsionalitas dan efisiensi

Desain yang baik, tidak hanya tampak secara visual saja , namun keberhasilan desain juga harus dapat memperhitungkan dengan baik antara biaya yang dikeluarkan dengan value yang dihasilkan dan juga profitabilitas yang akan didapat, serta fungsionalitas desain (akomodasi terhadap semua kebutuhan ruang yang diperlukan).

- Desain yang flexible

Desain harus cukup flexible dan adaptif dengan perubahan, untuk kebutuhan ekspansi dan juga untuk produk-produk yang terkait dengan trend dan memiliki product life cycle yang singkat,seperti produk-produk fashion, kosmetik dan interior. Selain itu terdapat event-event promosional khusus yang membutuhkan desain khusus pula seperti Lebaran dan hari Natal.

- Desain yang mempertimbangkan keamanan

Desain yang aman baik untuk penyandang cacat, anak-anak dan orang tua akan menjadi nilai tambah. Pemikiran-pemikiran khusus yang terkait hal ini saat ini masih seringkali menjadi nomor kesekian dalam mendesain toko.

UNSUR-UNSUR INTERIOR PEMBENTUK SUASANA TOKO

Suasana toko dirancang secara terintegrasi dan kreatif, yang menggabungkan rangsangan visual, pendengaran, bau dan perasaan untuk mencapai beberapa tujuan untuk menarik pengunjung. Berman dan Evans (1997:445) menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk suasana toko dibagi menjadi empat bagian seperti tersebut di bawah ini:

Tampak Depan Toko (Storefront)

Karakter storefront toko memiliki pengaruh yang besar pada store image dan harus direncanakan secara matang. Facade toko dapat didefinisikan dengan kondisi eksterior dari toko tersebut. Termasuk di dalamnya adalah signage, pintu masuk, efek lighting, dan material konstruksi. Dengan tampak luar yang unik dan atraktif, sebuah toko dapat menjadi menarik



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



untuk dikunjungi. Pintu masuk sebuah toko memerlukan beberapa pertimbangan. Yang pertama, berapa jumlah pintu masuk yang diperlukan. Untuk toko-toko kecil hanya diperlukan satu pintu masuk, sedangkan untuk department store bisa diperlukan lebih dari satu. Kedua, tipe pintu masuk juga merupakan faktor yang patut dipertimbangkan apakah menggunakan tipe push-pull (dorongtarik) dan berputar otomatis (revolving) atau tipe yang lain. Pintu masuk ini dapat memberikan kesan mengundang pengunjung untuk masuk. Ketiga, jalan masuk yang cukup luas akan memberikan kesan yang lega dan nyaman bagi para pengunjung.

Display windows juga mempunyai peranan yang penting yaitu untuk mengidentifikasi toko dan menarik perhatian pengunjung untuk masuk. Proporsi bentuk yang menarik secara visual akan memperindah bentuk eksterior. Dengan proporsi yang tepat akan memberikan kemudahan pengunjung untuk melihat tampilan secara lengkap. Lebih jauh terdapat beberapa artikel yang dipublikasikan yang telah menguji dampak storefront toko pada perilaku pembeli. asli sebuah desain toko (tingkat dimana sebuah toko memiliki atribut-atribut umum seperti toko-toko lainnya) dan meneliti efek yang ditunjukkan storefront windows. Ditemukan bahwa storefront memiliki pengaruh pada perilaku konsumen retail.

Interior Toko

Termasuk di dalam lingkup pembentuk suasana ruang dalam adalah bidang-bidang plafon, dinding dan lantai. Perpaduan penggunaan material dan bahan yang tepat akan memberikan kesan serasi dan menyatu. Selain elemen-elemen tersebut, warna, pencahayaan, bau-bauan dan sound. Selain itu fikstur-fikstur mekanikal dan elektrikal sebaiknya mendapat perhatian khusus karena perlakuan yang baik dan terencana akan memberikan kesan visual yang baik pula.

Sejumlah riset telah menguji efek-efek dari variabel interior dari berbagai sisi yang berbeda. Berdasarkan pada hasil riset sebelumnya ini, terlihat bahwa musik yang diperdengarkan di toko bisa memiliki dampak signifikan pada beragam perilaku termasuk penjualan, stimulasi (arousal), persepsi dan waktu aktual yang dihabiskan dalam lingkungan, aliran lalu lintas dalam toko, dan persepsi stimulasi visual dalam toko retail.

Layout Toko (Store Layout)

Store layout direncanakan sesuai dengan program ruang yang biasanya disusun berdasarkan observasi mengenai kebutuhan ruang. Tiap toko memiliki luas lantai yang berbeda, namun yang terpenting adalah bagaimana melakukan pembagian antara selling, merchandise, personnel dan customer area, yang memiliki fungsi yang berbeda:

- Selling space adalah area untuk display merchandise, adanya interaksi antara penjual dan customer demonstrasi dan lain sebagainya. Untuk retail dengan sistem self service, misalnya, membutuhkan lebih banyak tempat untuk display barang-barang.
- Merchandise space adalah area tempat penyimpanan stok barang. Toko sepatu tradisional, sebagai contoh membutuhkan banyak ruang untuk penyimpanan.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



- Personnel space merupakan area khusus bagi karyawan, biasanya dipergunakan untuk berganti pakaian, makan dan rest room. Biasanya pemilik bisnis retail cenderung memberikan alokasi yang ketat karena ruang yang ada sangat berharga.
- Customer space merupakan area bagi pengunjung, area ini dapat meningkatkan mood berbelanja. Termasuk di dalamnya adalah tempat duduk, lounge, dressing room, cafe, dan aisles. Lay out toko biasanya diatur berdasarkan empat klasifikasi. Pertama, penataan barang-barang dapat diatur secara fungsional atau functional product grouping. Sebagai contoh toko perlengkapan baju pria dapat dibagi menjadi kaos, dasi, penjepti dasi, pembersih sepatu, jaket dan celana panjang. Kedua, penataan barang-barang berdasarkan motivasi pembelian produk atau purchase motivation product groupings. Sebagai contoh, pada department store, lantai terbawah biasanya dialokasikan untuk produk-produk yang membutuhkan keputusan pembelian yang cepat. Untuk lantai yang lebih tinggi, dapat didisplay barang-barang yang proses keputusan pembeliannya memerlukan waktu lebih lama. Ketiga, market segment groupings, adalah pengaturan group berdasarkan segmentasi yang dituju. Misalnya baju anak terpisah dengan baju wanita pada pengaturan layout department store. Keempat, storability product groupings, yaitu penyimpanan berdasarkan kebutuhan penyimpanan. Misalnya pada lay out supermarket, terdapat pemisahan area untuk bahan makanan dingin yang membutuhkan lemari pendingin dan barang-barang yang dapat disimpan pada suhu normal.

Yang terpenting juga pada lay out toko adalah sirkulasi yang dipergunakan. Terdapat dua jenis sirkulasi yang biasanya digunakan dalam mengatur lay out toko yaitu sirkulasi dengan pola geometris (straight pattern) dan sirkulasi dengan pathwayplan, diagonal plan, curved plan, varied plan dan geometric plan.. Pola-pola geometris dan lurus biasanya dipergunakan pada penjual makanan dan toko-toko diskon, toko hardware. Pola geometris memiliki beberapa keuntungan antara lain, efisiensi ruang, lebih banyak ruang dialokasikan untuk produk, proses berbelanja yang lebih cepat, kontrol persediaan dan keamanan yang lebih terjamin, dan kemudahan untuk selfservice. Sedangkan pola campuran biasanya menimbulkan kesan atmosfer yang lebih luwes, pebelanja akan merasa lebih rilek, konsumen dapat menjelajahi ke arah manapun yang disuka, dan dapat meningkatkan impulse purchase.

4. KESIMPULAN

Dari pembahasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa produktivitas pegawai toko dan juga daya minat beli konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai hal, salah satunya yaitu layout atau tata letak. Penataan layout yang baik akan membuat toko menjadi lebih menarik, aman dan nyaman baik itu bagi para konsumen ataupun bagi para pegawai toko sendiri. Oleh sebab itu, para pebisnis, terutama pemilik toko diharapkan agar dapat memperhatikan kembali layout tokonya, karena untuk meningkatkan konsumen dalam penjualan, dapat dimulai dengan menarik hati konsumen dengan layout toko yang menarik dan unik, sehingga para konsumen merasa penasaran dan ingin membeli produk yang ada di toko tersebut. Selain itu, layout toko yang nyaman dan aman juga dapat meningkatkan produktivitas para pegawai.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

Eka Prasetya



Desain interior toko masa kini akan memiliki kecenderungan untuk menjadi semakin tematik dan berkarakter. Hal ini penting karena perencanaan dan desain yang tepat akan berperan sebagai identifier bagi toko tersebut sekaligus memberikan suasana yang tepat untuk mengkomunikasikan image yang diinginkan pada kelompok segmen khusus yang dituju dan dapat menerima respons yang diharapkan dari segmen tersebut. Desain yang tepat dapat berperan sebagai stimuli yang dapat mengarahkan secara kognitif pada individu-individu tertentu yang dapat berdampak pada respon behavioural. Unsur-unsur pendukung suasana ruang dapat berupa tampak depan toko, interior, layout dan interior displays. Semua elemen di atas terintegrasi akan membentuk suatu citra atau image toko yang diharapkan. Karenanya penting bagi semua pihak terkait baik owner, manager dan khususnya bagi para desainer interior untuk dapat memahami dengan baik obyek toko dan citra yang diinginkan agar desain yang dihasilkan bukan hanya sekadar desain yang menarik namun ideal dan dapat "menjual". Terakhir, keberadaan desain juga terkait dengan penggunaan teknologi, maka desainer interior juga harus dapat mengikuti perkembangan dan sarana mekanis serta perubahan aktivitas dan fungsi, sehingga dapat membantu penjualan dan terintegrasinya semua unsur dalam desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifanti, R. (2016). Analisis Tata Letak Dalam Perspektif Ritel. *Jurnal AdBispreneur*, 1(3), 251–258.
- Bruyne, E. De, & Beijer, M. (2015). Calculating NWoW Office Space With The PACT Mode. *Journal of Corporate Real Estate*, 17(2), 122–133. <https://doi.org/10.1108/JCRE-12-2014-0032>.
- Dash, M., & Lakshaya, A. (2016). A Study on the Impact of Visual Merchandising on Impulse Purchase in Apparel Retail Stores. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 5(2), 37–44.
- Hadiatna, D. R. (2018). Urgensi Penataan Layout Kantor Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Kerja Karyawan. *Jurnal Manajemen Kantor*, 1–13.
- Hauskeller, Michael (2015). "Seni—Apa Itu?". Yogyakarta: Kanisius.
- Hwangbo, H., Kim, J., Lee, Z., & Kim, S. (2017). Store Layout Optimization Using Indoor Positioning System. *International Journal of Distributed Sensor Networks*, 13(2), 1–13. <https://doi.org/10.1177/1550147717692585>.
- Kadek D.A., (2019). Pengaruh Layout Toko Dan Visual Merchandising Toko Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Supermarket Tiara DewataDenpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(5), 3086-3109 ISSN : 2302-8912. DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v08.i05.p18>
- Maheswari, H., & Firdauzy, A. D. (2015). Evaluasi Tata Letak Fasilitas Produksi untuk Meningkatkan Efisiensi Kerja Pada PT. Nusa Multilaksana. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 1–29.



Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Eka Prasetya



- Onuoha, O. A., & Doris, N. (2017). Store Layout and Customer Loyalty of Supermarkets in Port Harcourt, Nigeria. *International Journal of Managerial Studies and Research*, 5(3), 34–39.
- Singh, P., Katiyar, N., & Verma, G. (2014). Retail Shoppability: The Impact of Store Atmospherics & Store Layout on Consumer Buying Patterns. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 03(08), 15–23. <https://doi.org/10.1179/joc.2005.17.5.539>.
- Supariyani. E & Bintang S.M. (2013). Pengaruh Tata Letak Terhadap Kepuasan Pelanggan Ritel. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* Vol. 1 No. 1, 2013 pp. 13-22 STIE Kesatuan ISSN 2337 – 7860.