ABSTRAK

Persaingan yang ketat dibidang restoran cepat saji, menuntut bisnis ini harus memiliki suatu keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat dilakukan dengan strategi diferensiasi yaitu *store layout* dan *interior displays*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian responden mengenai store layout dan *interior displays* yang telah diterapkan dan mengetahui apakah *store layout* dan *interior displays* mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan KFC.Dengan memilih lokasi KFC Riau Bandung sebagai lokasi penelitian.

Metode penelitian didalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kausalitas. Ukuran sampel ditentukan dengan metode bernoulli yaitu 100 responden. Teknik sampling dan pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling* dan *sampling incidental*. Teknik analisis data dan pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis deskriptif, regresi linier sederhana dan uji t. Tahapan penelitian terdiri dari menentukan rumusan masalah, menentukan landasan teori, merumuskan hipotesis, menentukan populasi, pengembangan instrumen, menentukan sampel, pengumpulan data, pengujian hipotesis, analisis data dan simpulan dan saran.

Tanggapan responden mengenai *store layout* dan *interior displays* yang telah diterapkan oleh store KFC Riau adalah baik. Hasil pengujian hipotesis uji t yang dilakuakan menunjukkan bahwa *store layout* dan *interior displays* secara parsial memiliiki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu, Uji koefisien determinasi menghasilkan *store layout* adalah 52.2% dan *interior displays* adalah 52,1%.

Kata kunci : *Interior displays*, Keputusan Pembelian, *Store layout*