

# **KAJIAN TIPOLOGI LAYOUT *DISPLAY* DAN SIRKULASI PADA FUNGSI PAMERAN ZONA *MAIN LOBBY* DI JAKARTA CONVENTION CENTER**

## ***TYPOLGY STUDY OF DISPLAY LAYOUT AND CIRCULATION IN THE EXHIBITION FUNCTION OF THE MAIN LOBBY ZONE AT THE JAKARTA CONVENTION CENTER***

<sup>1</sup>Sahrul Daniel Syafana, <sup>2</sup>Pracista Dhira Prameswari, <sup>3</sup>Made Widyatantri Merati  
Program Studi Desain Interior, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Gunadarma  
<sup>1</sup>sahruldaniel.contact@gmail.com, <sup>2</sup>pracista@staff.gunadarma.ac.id,  
<sup>3</sup>mademerati@staff.gunadarma.ac.id

### **Abstrak**

*UMKM EXPO(RT) BRILIANPRENEUR 2023 merupakan pameran industri yang menampilkan karya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbaik Indonesia yang telah terlaksana sejak tahun 2019 yang diselenggarakan oleh Bank BRI, berlokasi di Jakarta Convention Center, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat, Indonesia. Pada pameran tahun ini Bank BRI menghadirkan lebih dari 500 UMKM pilihan sehingga cara display dan tata letak produk pada booth dengan berbagai aktivitas yang ditawarkan bagi pengunjung sangat beragam. Layout display dan sirkulasi pada fungsi pameran zona main lobby UMKM Expo(RT) BRILIANPRENEUR 2023 perlu diperhatikan untuk kemudahan dan kenyamanan pengunjung dalam mengakses pameran. Metode penelitian yang penulis lakukan adalah pengumpulan data yang didapatkan dari hasil perancangan kerja praktik dan studi literatur melalui buku atau sumber internet yang mendukung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan tipologi tata display pada pameran banyak menggunakan display In Show Case dan pola sirkulasi yang diterapkan adalah open plan.*

**Kata Kunci:** *display, UMKM, tipologi, sirkulasi.*

### **Abstract**

*UMKM EXPO (RT) BRILIANPRENEUR 2023 is an industrial exhibition that showcases the work of the best Indonesian Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) which has been carried out since 2019 organized by Bank BRI, located at the Jakarta Convention Center, Gelora, Tanah Abang, Central Jakarta, Indonesia. At this year's exhibition Bank BRI presented more than 500 selected MSMEs so that the way of display and product layout at the booth with various activities offered to visitors was very diverse. Layout display and circulation in the exhibition function of the main lobby zone of the UMKM Expo (RT) BRILIANPRENEUR 2023 needs to be considered for the ease and comfort of visitors in accessing the exhibition. The author's research method is data collection obtained from the results of practical work design and literature studies through books or supporting internet sources. The results of this study indicate that the selection of display typology at the exhibition uses a lot of In Show Case displays and the circulation pattern applied is open plan.*

**Keywords:** *display, SME, typology, circulation.*

## PENDAHULUAN

UMKM EXPO(RT) BRILIANPRENEUR 2023 merupakan pameran industri yang menampilkan karya para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbaik Indonesia melalui berbagai instalasi seni yang menarik. Pameran ini pertama kali terlaksana pada tahun 2019 dengan penyelenggara Bank BRI, berlokasi di Jakarta Convention Center, Gelora, Tanah Abang, Jakarta Pusat, Indonesia. Pada pameran tahun ini Bank BRI menghadirkan lebih dari 500 UMKM pilihan dari lima kategori berbeda: *Home Decor and Craft*, *Food and Beverages*, *Accessories and Beauty*, *Fashion and Wastra*, dan *Healthcare/Wellness*. Tersedia juga *booth* dan kegiatan yang menarik bagi para pengunjung diantaranya *business match*, *talkshow*, *artist performances*, *workshop* dan program menarik lainnya.

Berdasarkan jenis produknya pameran ini merupakan jenis Pameran Umum (*General Exhibition*), menampilkan segala jenis produk. Dengan banyaknya UMKM yang berpartisipasi pada pameran tersebut, sehingga sangat beragam cara *display* dan tata letak produk pada *booth* dengan berbagai aktivitas yang ditawarkan bagi pengunjung. Pada pameran umum perlu diperhatikan bagaimana ruang pameran dapat memfasilitasi berbagai aktivitas dan cara *display* produknya dengan memperhatikan pola sirkulasi yang efisien. Penelitian ini dilakukan berfokus pada efisiensi layout *display* dan sirkulasi pada

fungsi pameran zona *main lobby* UMKM Expo(RT) BRILIANPRENEUR 2023 di Jakarta Convention Center.

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian adalah tahapan - tahapan sistematis yang dilakukan oleh seorang penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan dengan tujuan dan penggunaan tertentu (Sugiyono, 2016). Metode penelitian yang penulis lakukan adalah pengumpulan data, pengolahan data dan tahap terakhir adalah menganalisis data. Pengumpulan data didapatkan dari hasil perancangan kerja praktik dan studi literatur melalui buku atau sumber internet yang mendukung. Skema metodologi penelitian disajikan sebagai berikut (Gambar 1).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Booth* Pameran

(Wahyuni dkk, 2023) *Booth* merupakan sebuah ruang yang terletak di dalam ruang digunakan untuk kepentingan bisnis atau pameran dengan waktu dan area yang terbatas. digunakan dalam gaya minimalis namun memiliki mutu yang tinggi dan sederhana. *Booth* adalah sebuah tempat yang digunakan untuk promosi oleh perusahaan, lembaga sampai organisasi dalam sebuah pameran yang diselenggarakan, baik berupa bazar, fair, pekan raya, *expo*, *show*, dan lain sebagainya (Oldyputra, 2019).



**Gambar 1. Skema Metodologi Penelitian**

Sumber: Arsip Pribadi, 2024

Jenis-jenis *booth* pameran diantaranya:

1. *Booth* 2D, menggunakan *backdrop* atau *banner*. *Booth* pameran 2D sering ditemui pada acara-acara seperti bazar murah.
2. *Booth* 3D, terdiri dari sekat atau partisi, penutup lantai, *backdrop*, dan meja konter.
3. *Stage Booth*, dilengkapi tambahan panggung yang lebih tinggi dari lantai. Adanya tambahan *stage* atau panggung berfungsi sebagai nilai tambah daya tarik konsumen.

### **Produk Display**

(Tjiptono dan Diana, 2020:3) menyatakan bahwa “Pemasaran merupakan suatu cara perancangan, promosi, serta penerapan harga produk, layanan jasa dan ide untuk mawadahi hubungan bisnis dengan para *customer*. (Jatra, 2019) berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dihasilkan yakni, *display product* memiliki pengaruh terhadap kemauan membeli konsumen.

Menurut (Sopiah dan Syihabuddin, 2017) “*Display* adalah usaha yang dilakukan untuk menata produk yang bertujuan agar pembeli tertarik untuk melihat dan memutuskan untuk membelinya. (Fatmawati dan Zaini, 2023) menyatakan bahwa, “*Display* (penataan produk) adalah aktifitas perusahaan yang dilakukan dalam menampilkan produk yang berada didalam *store* dan diluar *store* agar mampu menciptakan minat pembelian oleh calon konsumen terhadap produk yang dijual”. (Fitriyani, 2021) mengutip (Ngadiman, 2008: 329) menyatakan bahwa *display* tata letak barang dengan memperhatikan unsur pengelompokan jenis dan kegunaan barang, kerapihan dan keindahan agar terkesan menarik dan mengarahkan konsumen untuk melihat, mendorong, dan memutuskan untuk membeli. Merujuk (Wahyuni dkk, 2023) pentingnya sebuah *display* tentu memiliki tujuan, yaitu sebagai *attention* dan *interest customer* yang akan menimbulkan *desire* dan *action* pada konsumen sehingga timbul keinginan untuk

memiliki barang-barang yang sedang dipamerkan. Penempatan *display* sebaiknya dilokasi terbuka atau dapat dibatasi dengan dinding partisi yang tidak terlalu tinggi. Terdapat 3 (tiga) macam penataan atau *display* produk menurut (Tutt dan Adler, 1979) yaitu:

1. *In Show Case*, kategori dimensi benda kecil memerlukan *display* berupa kotak tembus pandang yang biasanya terbuat dari kaca.

2. *Free Standing on the Floor or Plinth or Support*, kategori dimensi benda besar memerlukan *display* berupa panggung atau perbedaan ketinggian lantai sebagai pembatas. Contoh: patung, produk instalasi seni, produk pada manekin dan lainnya.

3. *On Wall or Panels*, kategori benda 2 dimensi ditempatkan di dinding ruangan maupun partisi yang dibentuk untuk pembatas ruang. Contoh: karya seni lukis, karya fotografi, dan lainnya. (Vazira, 2020) mengutip (Buchari dan Alma, 2009: 189) *display* dibagi menjadi 3 macam yaitu:

1. *Window Display*, yaitu memajangkan produk-produk, dan sebagainya dibagian depan toko yang disebut dengan etalase.

2. *Interior Display*, yaitu memajangkan produk-produk, dan sebagainya didalam toko misalnya dilantai, dimeja, di rak-rak dan sebagainya. *Interior display* terdiri dari beberapa macam:

a. *Merchandise display*, terdapat 3 macam bentuk menata barang diantaranya *open display* yaitu produk *display* pada suatu tempat terbuka sehingga dapat dipegang, dilihat dan diteliti oleh pengunjung tanpa bantuan dari petugas-petugas penjualnya; *closed display* yaitu produk *display* dalam suasana tempat tertutup; dan *architecture display* yaitu produk furnitur yang di *showcase* dalam penggunaannya misalnya diruang tamu, kamar tidur, dapur dengan perlengkapannya, dan sebagainya.

b. *Store Sign and Decoration*, digunakan untuk memberi informasi dan kegunaan produk kepada pengunjung.

c. *Dealer Display*, terdiri dari simbol-simbol petunjuk tentang penggunaan produk berasal dari produsen dan memberi peringatan kepada pramuniaga agar tidak memberikan informasi yang tidak sesuai atau tidak benar.

3. *Exterior Display*, yaitu memajangkan produk-produk diluar ruang misalnya, pada acara pasar malam.

### Sirkulasi

Menurut (Mclean, 1993) dalam (Rifaii dkk, 2022) bentuk penataan pada ruang pameran terbagi menjadi 4 yaitu *Direct plan* (tata pameran secara linear), tata pameran yang bertujuan untuk menjelaskan sesuatu yang sesuai dengan kronologis/alur cerita dari hal yang dipamerkan. *Open Access plan* (tata pameran terbuka), tata pameran yang tidak memiliki alur sehingga pengunjung sendiri yang menentukan alur dari pameran yang terdapat dalam pameran. *Random Plan* (tata pameran secara acak), tata pameran yang tidak memiliki alur ataupun batasan sehingga pengunjung lebih bebas dalam melihat koleksi pameran. *Radial plan* (tata pameran radial), alur yang membuat pengunjung untuk bergerak secara radial/memutar.

Tata letak pada area pameran sangat memperhatikan kenyamanan dan kemudahan memperoleh produk, serta untuk efisiensi dan efektifitas sirkulasi yang ada. Berikut merupakan berbagai alternatif kebutuhan tata letak dan sirkulasi *booth* pameran menurut (Gardner, 1960) sebagai berikut:

#### 1. Pola A (*Counter Selling*)

Alur pengunjung melewati lorong-lorong utama dengan penataan *booth* pameran pada sisi-sisi ruang atau lorong-lorong utama. Ukuran *booth* pameran 2m x2m, 2m x4m dan 4m x 4m.

#### 2. Pola B (*Partially Enclosed*)

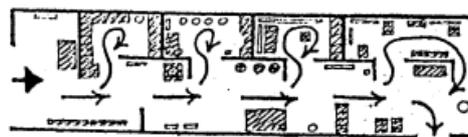
Area pameran yang disekat-sekat memberikan kejutan di bagian belakang untuk pengunjung *exhibition*. Pola demikian memberikan sirkulasi pengunjung yang bebas.

#### 3. Pola C (*Open Plan*)

Area pameran yang bersifat *Open Plan*, dimana pengunjung dapat leluasa bergerak. Antar *booth* tidak dipisahkan oleh sekat-sekat pembatas.

#### 4. Pola D (*Display Sequence*)

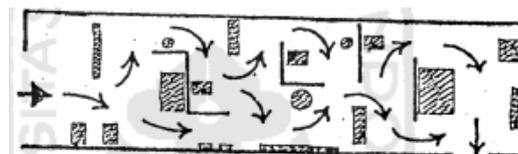
Area pameran untuk memfasilitasi obyek 2 dimensi, dimana *setting* tanpa dibatasi sekat-sekat ruang pembatas.



Free circulation: key exhibits on main aisle, massed exhibits in side bays.

**Gambar 2. Free Circulation Pola A (*Counter Selling*)**

Sumber: Gardner, 1960



Free circulation: screened areas provide surprise and background for exhibits.

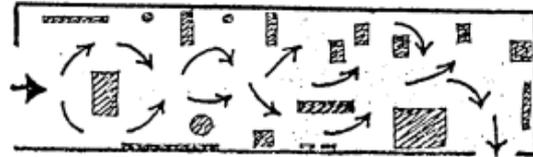
**Gambar 3. Free Circulation Pola B (*Partially Enclosed*)**

Sumber: Gardner, 1960

Hasil Perancangan

a. Tata Letak dan *Display* Produk  
*Display* produk pada pameran BRILIANPRENEUR 2023 dipengaruhi oleh jenis dan dimensi produk dari setiap

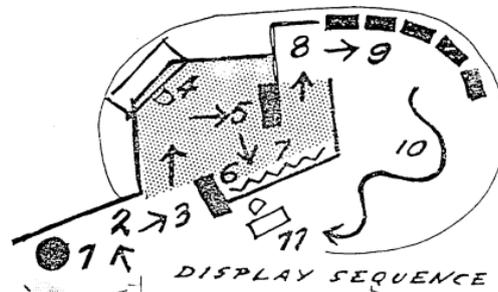
UMKM yang berpartisipasi serta semuanya merupakan jenis *interior display*. Analisis tata letak dan *display* produk pada pameran BRILIANPRENEUR 2023 disajikan dalam tabel 1



*Free circulation: unobstructed layout of carefully related exhibits.*

**Gambar 4. Free Circulation Pola C (Open Plan)**

Sumber: Gardner, 1960



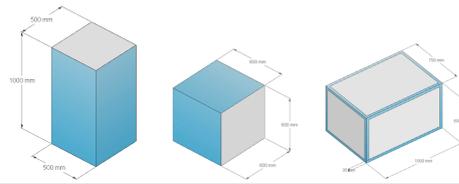
**Gambar 5. Free Circulation Pola D (Display Sequence)**

Sumber: Gardner, 1960

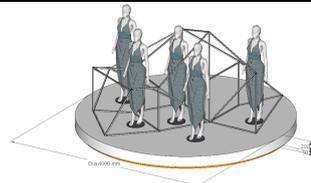
**Tabel 1. Analisis Tata Letak dan *Display* Produk**

Nama Booth	Cara Display	Gambar
Accessories and Beauty	On Wall or Panels	
	Free Standing on the Floor or Plinth or Support	
	In Show Case	
	On Wall or Panels	

*Fashion and Wastra In Show Case*



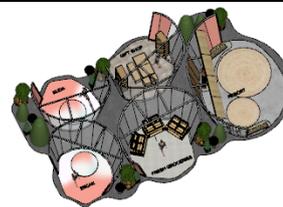
*Free Standing on the Floor or Plinth or Support*



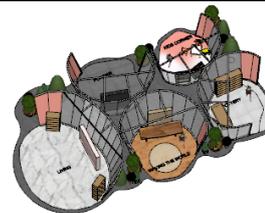
*Free Standing on the Floor or Plinth or Support*



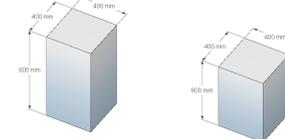
*Home Décor and Craft Free Standing on the Floor or Plinth or Support*



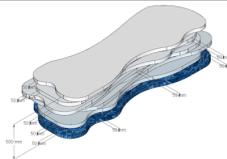
*Free Standing on the Floor or Plinth or Support*



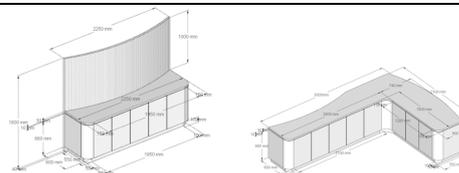
*Healthcare/Wellness In Show Case*



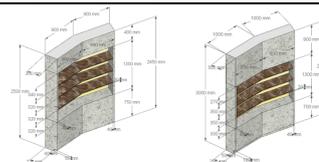
*In Show Case*



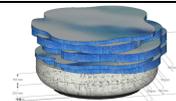
*In Show Case*



*Food and Beverage On Wall or Panels*



*In Show Case*





1. Pada *booth Accessories and Beauty* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *display On Wall or Panels* sebanyak 2 item dengan bentuk partisi yang meliuk-liuk dan coakan pada dinding *booth* digunakan untuk *display* produk berukuran kecil dan menengah; *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* sebanyak 1 item dengan bentuk rak-rakan digunakan untuk *display* produk berukuran kecil; dan *Display in Show Case* 8 item dengan bentuk silinder dan balok digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.
2. Pada *booth Fashion and Wastra* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* sebanyak 2 jenis dengan manekin tanpa *stage* dan dengan *stage* digunakan untuk *display* produk berupa pakaian; dan *Display in Show Case* 3 ukuran dengan bentuk balok digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.
3. Pada *booth Home Décor and Craft* menggunakan jenis *merchandise display (architectural display)* dengan keseluruhan menggunakan *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* dengan peletakan beberapa furnitur langsung pada *booth*.
4. Pada *booth Healthcare/Wellness* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *Display in Show Case* dengan bentuk 2 balok berukuran berbeda, bentuk organik dan 2 bentuk meja *kitchen* digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.
5. Pada *booth Food and Beverage* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *display On Wall or Panels* dengan 2 ukuran berbeda berbentuk rak lemari digunakan untuk *display* produk berukuran kecil; dan *Display in Show Case* dengan bentuk organik digunakan untuk *display* produk berukuran kecil dan tempat duduk.
6. Pada *booth Creative Lab* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang

terdiri dari *Display in Show Case* sebanyak 4 item dengan bentuk rak-rakan digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.

7. Pada *booth Live Shopping* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* sebanyak 1 item dengan bentuk rak-rakan dan gantungan digunakan untuk *display* produk berukuran kecil dan baju; dan *Display in Show Case* 2 jenis dengan bentuk rak-rakan dan meja digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.

8. Pada *booth Tanya BRI* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *display On Wall or Panels* dengan tambahan *lcd screen*; dan *Display in Show Case* berbentuk rak-rakan digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.

9. Pada *booth Lightroom* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* dengan bentuk rak-rakan dan gantungan digunakan untuk *display* produk berukuran kecil dan pakaian; dan *Display in Show Case* 2 item ukuran berbeda dengan bentuk balok digunakan untuk *display* produk berukuran kecil.

10. Pada *booth Fashion* menggunakan jenis *merchandise display (open display)* yang terdiri dari *display On Wall or Panels* dengan bentuk partisi dan gantungan digunakan untuk *display* kain batik; dan *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* sebanyak 12 item dengan 4 ukuran yang berbeda dengan manekin digunakan untuk *display* produk *fashion* berupa pakaian

#### b. Sirkulasi

Sirkulasi general pada BRILIANPRENEUR 2023 terbagi menjadi 2 yaitu sirkulasi pengunjung dan sirkulasi penyelenggara. Sirkulasi yang digunakan pada pameran untuk pengunjung dan penyelenggara adalah *Open Plan*, dimana pengunjung dan penyelenggara dapat dinamis bergerak ke beberapa *booth* dengan pemilihan sirkulasi

dari beberapa titik. Antar *booth* tidak dipisahkan oleh sekat-sekat pembatas sehingga dapat memudahkan penyelenggara untuk mengontrol dan mengawasi tiap-tiap *booth*. Perbedaannya adalah pengunjung tidak dapat mengakses

area *loading in* dan *loading out* produk-produk pameran yang dapat diakses oleh penyelenggara pameran. Analisis sirkulasi pengunjung dan penyelenggara sebagai berikut:



**Gambar 6. Sirkulasi Pengunjung**  
Sumber: Arsip Pribadi, 2024



**Gambar 7. Sirkulasi Penyelenggara**  
Sumber: Arsip Pribadi, 2024



**Gambar 8. Dokumentasi *Display Fashion and Wastra* BRILIANPRENEUR 2023**  
Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



**Gambar 9. Dokumentasi *Display Fashion* BRILIANPRENEUR 2023**  
Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



**Gambar 10. Dokumentasi *Display Food and Beverage* BRILIANPRENEUR 2023**  
Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



**Gambar 11. Dokumentasi *Display Healthcare/wellness* BRILIANPRENEUR 2023**  
Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



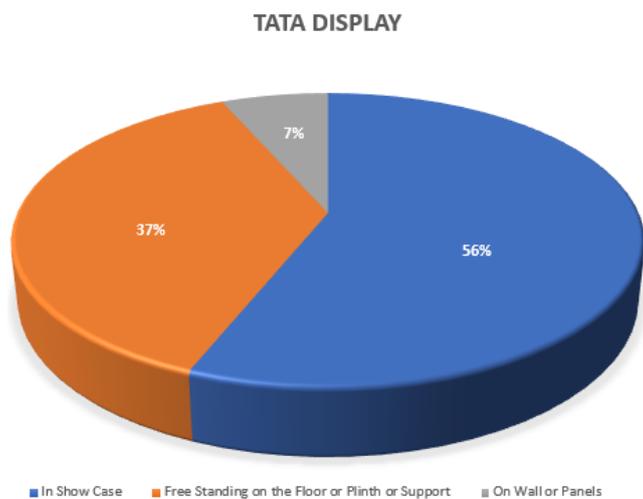
**Gambar 12. Dokumentasi *Display Home Décor and Craft* BRILIANPRENEUR 2023**

Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



**Gambar 13. Dokumentasi *Display Accessories and Beauty* BRILIANPRENEUR 2023**

Sumber: PT Artura Insanindo, 2023



**Gambar 14. Bagan Tata *Display* BRILIANPRENEUR 2023**

Sumber: Arsip Pribadi, 2024

## SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil desain didapat bahwa tipologi tata letak *display* yang diterapkan pada UMKM EXPO(RT) BRILIANPRENEUR 2023 Zona *Main Lobby* menggunakan 3 macam yaitu *In Show Case*, *Free Standing on the Floor or Plinth or Support*, dan *On Wall or Panels*. Perbandingannya disajikan dalam diagram berikut (Gambar 14)

*Display On Wall or Panels* banyak diterapkan di *booth Accessories and Beauty* yaitu sebanyak 2 item. *Display Free Standing on the Floor or Plinth or Support* banyak diterapkan di *booth Home Décor and Craft* yaitu pada keseluruhan itemnya. *Display In Show Case* banyak diterapkan di *booth Healthcare / Wellness* yaitu pada keseluruhan itemnya.

Sirkulasi yang diterapkan menggunakan pola *open plan*, hal ini sangat cocok untuk digunakan pada *event* pameran seperti UMKM EXPO(RT) BRILIANPRENEUR 2023 karena pengunjung dapat memilih sirkulasi secara bebas untuk menuju *booth* yang ingin dilihat dan tidak akan terjadi penumpukan pengunjung ketika antre melihat *booth* pamerannya.

Saran untuk perancangan ini perlu *wayfinding* dan *signage* yang jelas hal ini dikarenakan banyaknya produk yang dipamerkan sehingga dapat memberikan informasi yang akurat untuk pengunjung. *Wayfinding* dan *signage* dapat berfungsi juga agar pengunjung tidak memasuki area *loading in* dan *loading out* produk yang hanya bisa di akses oleh penyelenggara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Admin. (2021). *Indonesian Contemporary Art and Design*. <https://www.arturaicad.com/> [diakses 27/03/2024].
- Admin. (2023). *UMKM EXPO(RT) Brilianpreneur 2023*. <https://brilianpreneur.com/participants> [diakses 27/03/2024].
- Aditya, W. S., and Jatra, M. (2019). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Pengalaman Belanja *Online*, dan Akses Informasi Terhadap Niat Beli Ulang (Studi Pada Pembelian *Online* Sepatu Sepak Bola Merek Specs Di Kota Denpasar). *E Jurnal Manajemen*, Volume 8, Hal 2524. Bali: Universitas Udayana.
- Alma, Buchari. (2009). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta.
- Fatmawati, N. I., Zaini, A. (2023). Pengaruh Visual Merchandising dan Display Produk Terhadap Impulse Buying Konsumen Pada Miniso Mall Olympic Garden Malang. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, Volume:9 Nomor:1, Juni 2023. Malang: Politeknik Negeri Malang.
- Fitriyani, E. W. (2021). *Pengaruh Display Terhadap Minat Beli Pada Minimarket Alfamart SPBU Ukui, Kecamatan Ukui, Kabupaten Pelalawan*. Skripsi, Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Pekanbaru: Universitas Islam Riau.
- Gardner, J., Caroline, H. (1960). *Exhibition and Display*. London: Hold, Renhart dan Winston.
- Irfanty, E. I. (2001). *Yogyakarta Gala Event Center: Pencapaian Fleksibilitas Ruang Melalui Pendekatan Kenyamanan Pandang yang Mendukung Fungsi Bangunan*. Tugas Akhir, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Jurusan Arsitektur. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Mclean, K. (1993). *Planning for People in Museum Exhibitions*. Washington: Association of Science - Technology Center.
- Musaffa, R. P. A. (2018). *Desain Interior Galeri Sentra UMKM Madiun dengan*

- Konsep Memfasilitasi UMKM Daerah dan Ramah Pengunjung Bernuansa Modern Etnik Lokal*. Tugas Akhir Fakultas Arsitektur, Desain dan Perencanaan. Surabaya: Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Ngadiman. (2008). *Marketing*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional.
- Oldyputra. (2019). *Jenis Booth atau Stand Pameran*. <http://www.partisi-pameran.com/2019/11/jenis-booth-atau-stand-pameran.html> [diakses 27/03/2024].
- Panjaitan, S. W., Ramadhani, I., Arini, R. (2023). Perancangan Desain Booth Malaysia Healthcare EXPO Medan 2022. *Jurnal Brikolase*, Volume 15 No. 2 Desember 2023. Surakarta: Institut Seni Indonesia Surakarta.
- Prananda, A. R., Astuti, D., Rakhmanita. (2022). Dampak Tata Ruang Area Pameran Terhadap Pola Sirkulasi Pada Museum Seni Rupa dan Keramik - Jakarta. *UG Jurnal*, VOL.16 Edisi 08 Agustus 2022. Depok: Universitas Gunadarma.
- Sopiah, Syihabudhin. (2017). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R and D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F., Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Weitzl, W. (2014).
- Tutt, P., Adler, D. (1979). *New Metric Handbook*. London: Architectural Press.
- Vazira, N. (2020). *Pengaruh Display dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bata di MTC Giant Panam*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Pekanbaru: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Khasim Riau.
- Yulianti, S. (2008). *Pengaruh Pelaksanaan Display (Penataan) Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Flashy Liquid Shop Bandung*. Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi. Bandung: Universitas Komputer Indonesia.