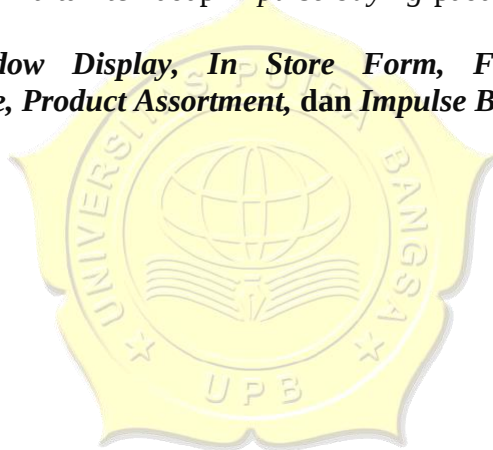


ABSTRAKSI

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi visual merchandising seperti *window display*, *in store form*, *floor merchandising*, *promotional signage*, dan *product assortment* terhadap *impulse buying* pada customer ritel Family 6 Kebumen. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS 30.0 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *window display* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*, *in store form* berpengaruh terhadap *impulse buying*, *floor merchandising* berpengaruh terhadap *impulse buying*, *promotional signage* berpengaruh terhadap *impulse buying*, dan *product assortment* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*. *Window display*, *in store form*, *floor merchandising*, *promotional signage*, dan *product assortment* berpengaruh secara simultan terhadap *impulse buying* pada customer ritel Family 6 Kebumen.

Kata kunci: *Window Display, In-Store Form, Floor Merchandising, Promotional Signage, Product Assortment, dan Impulse Buying.*

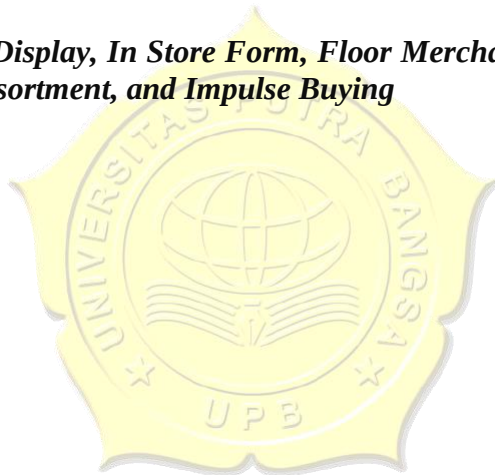


ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of visual merchandising dimensions such as window display, in store form, floor merchandising, promotional signage, and product assortment on impulse buying at Family 6 Kebumen retail customers

This type of research uses a quantitative approach with a purposive sampling method. Data collection used a questionnaire with a Likert scale and a sample size of 100 respondents. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis test, t test, f test, and coefficient of determination using SPSS 30.0 for windows. The results of this research show that window display has no effect on impulse buying, in store form has an effect on impulse buying, floor merchandising has an effect on impulse buying, promotional signage has an effect on impulse buying, and product assortment has no effect on impulse buyin. Window display, in store form, floor merchandising, promotional signage, and product assortment simultaneously influences on impulse buying at Family 6 Kebumen retail customers.

Keywords: Window Display, In Store Form, Floor Merchandising, Promotional Signage, Product Assortment, and Impulse Buying



HALAMAN MOTTO

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar.”

(QS. Ar-Ruum 60.)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini, maka penulis memepersembahkannya sebagai tanda terima kasih kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Munhari dan Ibu Ngasriyatun sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
2. Yang tersayang Kakak saya Faizatun Khasani dan Adik saya Achmad Fadhil Hakim yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
3. Yang tersayang saudara dan keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan support dan dukungannya baik secara moral maupun material.
4. Terima kasih untuk teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, doa dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.
5. Terakhir kepada kakak senior yang sudah membantu dan mensupport saya dalam menyusun skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Dimensi *Visual Merchandising* dan *Product Assortment* terhadap *Impulse Buying* (Studi Pada *Customer Ritel Family 6 Kebumen*)”**.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat pada bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Namun penulis sangat sadar bahwa dalam penulisan ini tentu masih banyak sekali kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua karena masih dangkalnya ilmu pengetahuan yang ada pada diri penulis.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan fisik, memberikan bantuan tenaga, bantuan pikiran, bantuan motivasi dan dorongan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

3. Seluruh dosen, karyawan, dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Munhari dan Ibu Ngasriyatun sebagai wujud jawaban dan tanggung jawab atas kepercayaan yang telah diamanatkan kepadaku serta atas cinta dan kasih sayang, kesabaran yang tulus membesarkan, merawat dan memberikan dukungan moral dan material serta selalu mendoakan dan memberikan semangat.
5. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E.,M.B.A. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dalam membimbing saya dan meluangkan waktunya untuk membantu menyelesaikan skripsi ini.
6. Yang tersayang Kakak saya Faizatul Khasani dan Adik saya Achmad Fadhil Hakim yang selalu memberikan semangat dan doa selama ini sehingga terselesaikan skripsi ini.
7. Terima kasih untuk teman-teman saya yang telah memberikan dukungan, doa dan kerjasamanya untuk berjuang sejauh ini.
8. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk data yang sangat diperlukan untuk keberlangsungan penulisan skripsi.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Semoga dengan selesainya penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi semua pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
ABSTRAKSI	vi
<i>ABSTRACT</i>	ix
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	13
1.3. Batasan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II.....	20
KAJIAN PUSTAKA.....	20
2.1. Tinjauan Teori	20
2.1.1. <i>Impulse Buying</i>	20
2.1.2. <i>Visual Merchandising</i>	26

2.1.3.	<i>Window Display</i>	28
2.1.4.	<i>In Store Form</i>	30
2.1.5.	<i>Floor Merchandising</i>	32
2.1.6.	<i>Promotional Signage</i>	34
2.1.7.	<i>Product Assortment</i>	36
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	38
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	45
2.3.	Model Empiris	49
2.4.	Hipotesis.....	50
BAB III		51
METODE PENELITIAN		51
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	51
3.2.	Variabel Penelitian	51
3.3.	Definisi Operasional Variabel	52
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	58
3.5.	Data dan Teknik Pengupulan Data.....	60
3.6.	Populasi dan Sampel	62
3.7.	Teknik Analisis.....	64
3.8.	Analisis Data	65
BAB IV		73
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		73
4.1.	Analisis Deskriptif.....	73
4.2.	Analisis Statistik.....	76
4.3.	Pembahasan	95
BAB V		102

SIMPULAN	102
5.1. Simpulan.....	102
5.2. Keterbatasan	105
5.3. Implikasi	105
5.3.1 Implikasi Praktis	105
5.3.2 Implikasi Teoritis	108
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	118



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Ritel Menarik di Kebumen.....	4
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	43
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Impulse Buying</i>	53
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Window Display</i>	54
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>In Store Form</i>	55
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Floor Merchandising</i>	56
Tabel III- 5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Promotional Signage</i>	57
Tabel III- 6 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Product Assortment</i>	58
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	73
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	74
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	75
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/ Uang Saku.....	75
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	77
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Window Display</i>	78
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>In Store Form</i>	78
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Floor Merchandising</i>	79
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas <i>Promotional Signage</i>	79
Tabel IV- 10 Hasil Uji Validitas <i>Product Assortment</i>	80
Tabel IV- 11 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolineraritas.....	82
Tabel IV- 13 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	86
Tabel IV- 14 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	87
Tabel IV- 15 Hasil Uji Parsial (t).....	90
Tabel IV- 16 Hasil Pengaruh Variabel.....	92
Tabel IV- 17 Hasil Uji Simultan (F).....	93
Tabel IV- 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Data Indeks Penjualan Ritel Indonesia September 2023-Juli 2024....	2
Gambar I- 2 Tampilan <i>Window Display</i> Family 6 Kebumen	8
Gambar I- 3 Tampilan <i>In Store Form</i> Family 6 Kebumen	9
Gambar I- 4 Tampilan <i>Floor Merchandising</i> Family 6 Kebumen.....	10
Gambar I- 5 Tampilan <i>Promotional Signage</i> Family 6 Kebumen.....	11
Gambar II- 1 Faktor Situasional Penentu Perilaku Konsumen.....	22
Gambar II-2 Faktor situasional Penentu Perilaku Konsumen.....	23
Gambar II- 3 Model Empiris.....	49
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuesioner	118
Lampiran II Data Identitas Responden	124
Lampiran III Data Tabulasi Kuesioner	128
Lampiran IV Hasil Uji Validitas	140
Lampiran V Uji Reliabilitas	146
Lampiran VI Uji Asumsi Klasik	147
Lampiran VII Uji Analisis Regresi Linear Berganda	149
Lampiran VIII Hasil Uji Hipotesis.....	150
Lampiran IX R Tabel	151
Lampiran X T Tabel.....	154
Lampiran XI F Tabel.....	158
Lampiran XII Kartu Bimbingan Skripsi	162
Lampiran XIII Kartu Seminar Proposal Skripsi	163

