

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Visual Merchandising*, Suasana Toko, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk” ini ditulis oleh Hidayatunni'mah, NIM. 1860405222087, dengan pembimbing Cepy Nurmalia Wahyuningtias, M.Pd.

**Kata Kunci:** *Visual Merchandising*, Suasana Toko, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan di sektor industri ritel yang semakin pesat sehingga meningkatkan persaingan antar pelaku usaha, baik antara ritel modern berskala nasional maupun ritel lokal. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar mampu bersaing dan menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh *visual merchandising*, suasana toko, dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, untuk menguji pengaruh *visual merchandising* terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, untuk menguji pengaruh suasana toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, serta untuk menguji pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 97 responden. Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada konsumen Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Pengolahan data penelitian ini menggunakan analisis data dengan bantuan IBM SPSS 29 dengan menguji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *visual merchandising*, suasana toko, dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, *visual merchandising* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, suasana toko berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk, dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Tsamaniya Minimarket Warujayeng Kabupaten Nganjuk.

## ABSTRACT

The thesis with the title “The Influence of Visual Merchandising, Store Atmosphere, and Product Availability on Consumer Purchase Decisions at Tsamaniya Minimarket in Warujayeng, Nganjuk Regency” was written by Hidayatunni'mah, NIM. 1860405222087, under the supervision of Cepy Nurmalia Wahyuningtias, M.Pd.

**Keywords:** Visual Merchandising, Store Atmosphere, Product Availability, Purchase Decision.

This research is motivated by the rapid development of the retail industry, which has increased competition among businesses, both national-scale modern retailers and local retailers. This situation requires businesses to understand the factors that can influence consumer purchasing decisions in order to compete and attract consumer interest in making purchases.

The objectives of this study are: to examine the influence of visual merchandising, store atmosphere, and product availability on consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, to examine the influence of visual merchandising on consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, to examine the influence of store atmosphere on consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, and to examine the influence of product availability on consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency.

This research method used a quantitative approach with an associative research type. The sample used was non-probability sampling with a purposive sampling technique, with a sample of 97 respondents. In this study, the data used were primary data obtained by distributing questionnaires to consumers at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency. Measurements in this study used a Likert scale. The data processing for this study used IBM SPSS 29 to analyze the validity and reliability, classical assumption tests, multiple linear regression tests, hypothesis tests, and coefficient of determination tests.

The results of this study indicate that visual merchandising, store atmosphere, and product availability significantly influence consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, visual merchandising significantly influences consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, store atmosphere has a negative and significant effect on consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency, and product availability significantly influences consumer purchasing decisions at Tsamaniya Minimarket Warujayeng, Nganjuk Regency.