

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN KELENGKAPAN  
PRODUK PADA PEMBELIAN TIDAK TERENCANA  
(*IMPULSE BUYING*)  
(Study kasus SRC Toserba Bintang)**

**ABSTRAK**

Oleh:  
LAILA FITRI NUR RAHMA

Dosen Pembimbing

Chusnul Rofiah, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *visual merchandising* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dan untuk mengetahui apakah kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*. Penelitian menggunakan metode penelitian eksplanasi yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan. Populasi adalah konsumen toko SRC Toserba Bintang dengan sampel penelitian sebanyak 100 konsumen, analisa data dengan menggunakan metode statistik Regresi Linier berganda dan pengujian hipotesis dan koefisien diterminasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Visual merchandising* berpengaruh terhadap *impulse buying* di toko SRC Toserba Bintang, *Visual merchandising* yang baik, maka *impulse buying* di toko SRC Toserba Bintang akan mengalami peningkatan dan Kelengkapan produk berpengaruh terhadap *impulse buying* di toko SRC Toserba Bintang, kelengkapan produk semakin baik, maka *impulse buying* di toko SRC Toserba Bintang akan mengalami peningkatan

***Kata Kunci: visual merchandising, kelengkapan produk dan impulse buying***

**THE EFFECT OF VISUAL MERCHANDISING AND PRODUCT  
COMPLETENESS ON UNPLANNING PURCHASES  
(IMPULSE PURCHASE)  
(Case study of SRC Supermarket Bintang)**

**ABSTRACT**

By:  
LAILA FITRI NUR RAHMA

Advisor

Chusnul Rofiah, SE., MM

This study aims to determine whether visual merchandising has a significant effect on impulse buying and to find out whether the completeness of the product has a significant effect on impulse buying. The population is the consumer of the SRC Toserba Bintang store with a research sample of 100 consumers, data analysis using multiple linear regression statistical methods and hypothesis testing and termination coefficients. Based on the results of the study, it shows that Visual merchandising has an effect on impulse buying at the SRC Toserba Bintang store, good Visual merchandising, then impulse buying at the SRC Toserba Bintang store will increase and product completeness affects impulse buying at the SRC Toserba Bintang store, product completeness is getting better , then impulse buying at the SRC Toserba Bintang store will increase

***Keywords: visual merchandising, product completeness and impulse buying***

