

Analisis pengaruh visual merchandising pada perilaku impulse buying: studi pada gerai ritel fashion H&M Grand Indonesia Jakarta Pusat = Analysis of the influence of visual merchandising on impulse buying behavior: study on fashion retail store H&M Grand Indonesia Central Jakarta

Andrea Rahardiana Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466075&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Visual Merchandising Pada Perilaku Impulse Buying: Studi Kasus Pada Gerai Ritel Fashion H&M Grand Indonesia Jakarta Pusat. Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen H&M Grand Indonesia Jakarta Pusat yang memiliki pengalaman melakukan transaksi pembelian tidak terencana terhadap produk di gerai H&M Grand Indonesia dalam kurun waktu dua bulan terakhir sebanyak 120 responden.

Desain penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data penelitian ini diolah dengan perangkat lunak SPSS dan Lisrel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa window display, in-store form, floor merchandising, dan promotional signage berpengaruh terhadap perilaku impulse buying di gerai ritel fashion H M Grand Indonesia Jakarta Pusat.

*This study aims to determine The Influence of Visual Merchandising on Impulse Buying Behavior Case Study on Fashion Retail Store H&M Grand Indonesia Central Jakarta. Respondents in this study are the consumers of H&M Grand Indonesia Central Jakarta who have experienced an impulse buying transaction for a product in H&M Grand Indonesia Central Jakarta in the last two months with 120 respondents.*

Design of this research is quantitative. This research data is processed by softwares SPSS and Lisrel. The results showed that window display, in store form, floor merchandising, and promotional signage proved to affect impulse buying behavior in H M Grand Indonesia Central Jakarta.