

ABSTRAK

Sinta Amalia, NIM 3402210352. “Pengaruh Visual Merchandising dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis”. Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M (Pembimbing I) dan Ibu Risna Kartika, S.E., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini berfokus pada Pengaruh Visual Merchandising dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis (Studi Pada Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh Visual Merchandising Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis ?. 2). Bagaimana pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis ?. 3). Bagaimana pengaruh Visual Merchandising dan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis ?. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis: 1). Pengaruh visual merchandising terhadap minat beli konsumen di Toko Pajajaran Ciamis. 2). Pengaruh loyalitas konsumen terhadap minat beli konsumen di Toko Pajajaran Ciamis. 3). Pengaruh visual merchandising dan loyalitas konsumen terhadap minat beli konsumen di Toko Pajajaran Ciamis.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, koefisien determinasi, uji T dan uji F.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan : 1). Terdapat pengaruh positif dan signifikan visual merchandising terhadap minat beli konsumen di Toko Pajajaran Ciamis. 2). Terdapat pengaruh positif dan signifikan loyalitas konsumen terhadap minat beli konsumen di Toko Pajajaran Ciamis. 3). Terdapat pengaruh positif dan signifikan Visual Merchandising berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Konsumen di Toko Pajajaran Ciamis. Diharapkan perusahaan dapat menyediakan produk yang sesuai dengan kondisi ekonomi dan minat konsumen sehingga penjualan di Pajajaran Ciamis dapat lebih meningkat dan menjadi perusahaan utama konsumen dalam berbelanja.

Kata kunci: Visual Merchandising, Loyalitas Konsumen dan Minat Beli Konsumen.