

ABSTRAK

Muhammad Arifin, NIM 7161210023. “Pengaruh Potongan Harga dan *Visual Merchandising* Terhadap Pembelian Tidak Terencana Di Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang”. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan Tahun 2020.

Pertumbuhan Industri ritel terutama minimarket di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Untuk dapat bersaing di dalam pangsa pasar peritel harus menerapkan strategi yaitu dengan mengetahui perilaku belanja konsumen yang menjadi target pasar. Dalam hal ini karakter konsumen di Indonesia memang cenderung tidak memiliki rencana. Pembelian Tidak Terencana salah satunya disebabkan berbagai stimulus *visual merchandising* yang di timbulkan di dalam toko dan kebijakan peritel berupa potongan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Potongan Harga dan *Visual Merchandising* Terhadap Pembelian Tidak Terencana.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu sampling aksidental. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh menyatakan bahwa variabel Potongan Harga dan *Visual Merchandising* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pembelian Tidak Terencana di Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan No.11 Kota Galang.

Kata kunci: Potongan Harga, *Visual Merchandising*, Pembelian Tidak Terencana.

ABSTRACT

Muhammad Arifin, NIM 7161210023. "The Impact of Price Discount and Visual Merchandising on Impulse Buying in Indomaret Jl. Perintis Kemerdekaan, Galang City No.11 ". Department of Management, Faculty of Economics, Medan State University in 2020.

Growth The retail industry, especially minimarket in Indonesia, experienced a significant increase. To be able to compete in the market share of retailers must implement a strategy that is by knowing the shopping behavior of consumers who are the target market. In this case the character of consumers in Indonesia does not tend to have a plan. One of the reasons for Impulse Buying is due to various visual merchandising stimulus generated in the store and retail policy in the form of price discounts. This study aims to determine the Impact of Price Discount and Visual Merchandising on Impulse Buying.

The population in this study are all consumers who have shopped at Indomaret street Perintis Kemerdekaan No. 11 Galang City. The sample in this study amounted to 100 respondents who were determined using the nonprobability sampling method, namely accidental sampling. The analysis technique used in this study is multiple regression analysis.

The results obtained indicate that the Price Discount and Visual Merchandising variables have a positive and significant effect on Impulse Buying at Indomaret street Perintis Kemerdekaan No. 11 Galang City.

Keywords: Price Discount, Visual Merchandising, Impulse Buying.