

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH STORE ATMOSPHERE, PRODUCT ASSORTMENT, DAN VISUAL MERCHANDISING TERHADAP MINAT BELI PADA TOKO**

**KKV PAKUWON MALL YOGYAKARTA**

**ZUL AKHYAR HIDAYAT**

**NIM. 141190256**

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

[zlahyrdyt74@gmail.com](mailto:zlahyrdyt74@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *product assortment*, dan *visual merchandising* terhadap minat beli pada Toko KKV Pakuwon Mall Yogyakarta. Penelitian dilakukan melalui survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Sampel dalam penelitian ini adalah 115 responden yang merupakan pengunjung Toko KKV Pakuwon Mall Yogyakarta. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini adalah pernah berkunjung ke Toko KKV Pakuwon Mall Yogyakarta dan belum pernah melakukan pembelian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). *Store Atmosphere*, *Product Assortment*, dan *Visual Merchandising* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli, 2). *Store Atmosphere* berpengaruh secara positif terhadap minat beli, 3). *Product Assortment* berpengaruh secara positif terhadap minat beli, 4). *Visual Merchandising* berpengaruh secara positif terhadap minat beli.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, *Product Assortment*, *Visual Merchandising*, Minat Beli