

**PENGARUH *PRODUCT ASSORTMENT* DAN *PRODUCT DISPLAY*
TERHADAP PEMBELIAN SECARA IMPULSIF
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN RITEL PANDA BOX TUNJUNGAN
PLAZA SURABAYA)**

Nama Mahasiswa : Bella Natashya Fahmi

NIM : 1011510211

Dosen Pembimbing : Alfina, S.M., M.M.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : (1) menentukan ada atau tidaknya pengaruh *product assortment* secara parsial terhadap pembelian secara impulsif pada konsumen ritel panda box (2) menentukan ada atau tidaknya pengaruh *product display* secara parsial terhadap pembelian secara impulsif pada konsumen ritel panda box (3) menentukan ada atau tidaknya pengaruh *product assortment* dan *product display* secara simultan terhadap pembelian secara impulsif pada konsumen ritel panda box. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data didapatkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Sampel dalam penelitian ini 50 orang dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji T, uji F dan uji R². Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *product assortment* dan *product display* terhadap pembelian impulsif pada konsumen ritel panda box tunjungan plaza Surabaya, baik secara individu maupun bersama-sama. Pengaruh *product assortment* dan *product display* terhadap pembelian impulsif adalah 17,6%. Sedangkan sisanya 82,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : *Product Assortment*, *Product Display*, Pembelian Impulsif.