

**ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK, *VISUAL*
MERCHANDISING, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MINISO**

Nama: Ni Nyoman Ressay Susanti
Program Studi: Ilmu Ekonomi
Pembimbing:
Firman Rosjadi, S.E., M.T.
Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaruh Atribut Produk, *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen. Obyek dari penelitian ini ialah salah satu ritel modern yang sedang berkembang secara pesat yaitu Miniso Co. Ltd. Metode penelitian yang digunakan yaitu melalui survey atau kuesioner kepada 100 responden yang mengetahui dan dalam tiga bulan terakhir pernah berkunjung ke gerai Miniso. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan bantuan aplikasi *SPPS Statistic 25* dengan metode analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Atribut Produk, *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* ketiga variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Serta secara simultan keseluruhan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen sebesar 60,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Kata Kunci: Atribut Produk, Kepuasan Konsumen, Miniso, *Store Atmosphere*, *Visual Merchandising*,

**ANALYSIS OF THE EFFECT PRODUCT ATTRIBUTES, VISUAL
MERCHANDISING, AND STORE ATMOSPHERE ON CONSUMER
SATISFACTION MINISO**

Name: Ni Nyoman Ressay Susanti
Study Programme: Economy Science
Contributor:
Firman Rosjadi, S.E., M.T.
Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si.

ABSTRACT

This study discusses about how the influence of product attributes, visual merchandising and store atmosphere on consumer satisfaction. An object that uses in this research is one of the rapidly growing modern retailer namely Miniso Co.Ltd. Research method that used for this study is by distributing survey or questionnaires to 100 respondents who know and have been visited Miniso outlet in the last three months. Thus data then processed with Multiple Linear Regression Analysis by SPSS Statistic 25. This research finds that Product Attributes, Visual Merchandising, and Store Atmosphere have significant influences on Consumer Satisfaction. And simultaneously, all independent variables that uses in this research have significant effect on consumer satisfaction of 60,6% and the rest are influenced by other variable that not in this study.

Keywords: Consumer Satisfaction, Miniso, *Product Attributes, Store Atmosphere, Visual Merchandising.*