

ABSTRAK

Bisnis retail di Indonesia semakin meningkat dari waktu ke waktu sehingga membutuhkan strategi untuk bersaing di tengah perkembangan dunia pemasaran salah satunya dengan menggunakan visual merchandising. Visual merchandising memegang peranan penting dalam bisnis ritel diantaranya untuk meningkatkan penampilan barang, promosi merek, meningkatkan lalu-lintas pembelian, dan meningkatkan kepuasan visual dari bisnis. Salah satu perusahaan yang menerapkan konsep visual merchandising KKV. Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana pengaruh visual merchandising terhadap behavioral intention dan actual expenditure dengan kognisi dan emosi konsumen sebagai variabel intervening. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana pengaruh store layout, product display, colors and lighting, cleanliness terhadap kognisi dan emosi serta menguji bagaimana pengaruh kognisi dan emosi memediasi hubungan visual merchandising terhadap behavioral intention dan actual expenditure. Terdapat pula variabel intervening yang digunakan yaitu kognisi dan emosi dari konsumen.

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil survey melalui kuesioner. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan program SEM-PLS dengan aplikasi SmartPLS 4.0. Studi ini dilakukan pada pengunjung Outlet KKV DP Mall Semarang dengan menggunakan teknik sampel non-probability dan metode purposive sampling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari empat dimensi visual merchandising yang diteliti, hanya warna dan pencahayaan serta kebersihan yang berpengaruh signifikan terhadap kognisi dan emosi konsumen. Selanjutnya, kognisi dan emosi konsumen terbukti memediasi pengaruh visual merchandising terhadap niat perilaku dan pengeluaran aktual. Temuan ini memberikan wawasan bagi praktisi bisnis ritel untuk mengoptimalkan strategi visual merchandising dalam meningkatkan kinerja bisnis.

Kata kunci: visual merchandising, behavioral intention, actual expenditure, kognisi, emosi, bisnis, retail.