

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA**

Mr. DIY KOTA PASURUAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Diajukan Oleh:

ZUMROTUL MAULIDIYAH

NPM : 1961201002789



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN
TAHUN 2023**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Zumrotul Maulidiyah
Nomor Pokok Mahasiswa : 1961201002798
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising Dan Store Atmosphere*
Terhadap Perilaku *Buying* Pada Toko Mr. DIY Kota
Pasuruan (Studi Kasus Pada Konsumen Mr. DIY Kota
Pasuruan)

Pasuruan, 08 Agustus 2023

DISETUJUI DAN DITERIMA

Dosen Pembimbing 1



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.

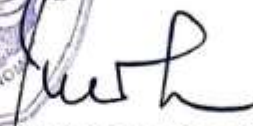
Dosen Pembimbing 2



Hari Wahyuni, SE, MM



Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.

TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, pada tanggal 08 Agustus 2023

TIM PENGUJI :

1. Nurul Akramiah, SE., MM.

1. Ketua.....

2. Dra. A Ratna Pudyaningsih, MM

2. Sekretaris.....

3. Hari Wahyuni, SE, MM.

3. Anggota.....

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi

Universitas Merdeka Pasuruan

Dekan



Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Zumrotul Maulidiyah

Nomor Pokok Mahasiswa : 1961201002798

Universitas : Merdeka Pasuruan

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat dan Tanggal Lahir : Pasuruan, 18 Juli 1998

Alamat : Dusun Telbuk Rt 01 Rw 05 Desa
Kawisrejo Kecamatan Rejoso Kabupaten
Pasuruan

Nama Orang tua

- Ayah : Jamal
- Ibu : Jaenab

Riwayat Pendidikan :

- SDN Kawisrejo Lulus Tahun 2011
- SMPN 2 Rejoso Lulus Tahun 2014
- SMKN 1 Pasuruan Lulus Tahun 2017
- Terdaftar Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka
Pasuruan Tahun 2019

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini:

- Nama : Zumrotul Maulidiyah
- Agama : Islam
- Alamat rumah : Dusun Telbuk Rt 01 Rw 05 Desa Kawisrejo

Kecamatan Rejoso Kabupaten Pasuruan

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Visual Merchandising* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Mr. DIY Kota Pasuruan”.” adalah hasil karya tulisan sayas sendiri bukan hasil plagiat dari Karya Tulis Ilmiah Orang lain baik berupa Artikel: Thesis ataupun Disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang kami tulis adalah hasil Plagiat maka kami bersedia menerima sangsi.

Dan saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 08 Agustus 2023

Yang Membuat

Zumrotul Maulidiyah

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, shalawat serta salam tersanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW dan sahabat-sahabatnya. Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Visual Merchandising* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Mr. DIY Kota Pasuruan”**.

Penulis juga menyadari bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya akan mempersembahkan kepada:

1. Dr. Ir. Sulistyawati, M.P Rektor Universitas Merdeka Pasuruan yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di Universitas Merdeka Pasuruan.
2. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan Sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Hari Wahyuni, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan saran dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Orang tua yang senantiasa memberi dukungan serta doa selalu sehingga kuliah ini dapat terselesaikan dengan lancar. Terutama kepada almarhum bapak saya yang sudah memberi semangat hidup untuk bisa menyelesaikan kuliah ini.
5. Untuk pendamping hidupku yaitu suamiku Fikri Argiansya, Skripsi ini bukti bahwa aku berjuang demi pendidikanku. Terimakasih telah menjadi kekuatan semangat dalam menjalankan apapun termasuk skripsi ini. Dan terimakasih juga atas semangat dan doa-doanya.

6. Sahabatku Juliana Saputri, akak ncuyl dan mba gendut Iin meskipun punya temen sedikit tapi setidaknya bisa dimanfaatkan dan banyak membantu dalam kuliah ini dan menemaniku dalam keadaan berpapak maupun berY-team.
7. Sahabat-sahabatku dan teman-teman Fakultas Ekonomi angkatan 2019 yang senantiasa memberikan motivasi dan bantuannya.
8. Untuk Toko Mr. DIY Kota Pasuruan yang telah memberikan izin penelitian untuk skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan kelancaran dalam penelitian maupun penulisan tugas akhir.
10. Terimakasih kepada diri saya yang sudah bertahan dan berjuang keras sampai saat ini, dengan perjalanan panjang yang telah dilewati serta berbagai rintangan. Kata untukku buat aku sendiri "Aku hebat bisa kerja sambil kuliah dengan komitmen apapun masalahnya harus di tanggung sendiri tanpa ingin dibantu secara materi oleh siapapun termasuk orang tuaku". Satu lagi ? Kerja sambil ngerjakan skripsi dalam keadaan hamil pada trimester satu membuat saya menjadi pemain reog.

Semoga semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis juga menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat diperlukan demi kesempurnaan skripsi ini sangat penulis harapkan, semoga skripsi isa membawa kemanfaat bagi pengemban Ilmu khususnya Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 08 Agustus 2023

Zumrotul Maulidiyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iv
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.Latar Belakang	1
B.Rumusan Masalah	5
C.Tujuan Penelitian	5
D.Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. <i>Impulsive Buying</i>	7
B. <i>Visual merchandising</i>	20
C. <i>Store atmosphere</i>	21
D. Penelitian Terdahulu.....	24
E. Kerangka Koseptual	28
F. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A.Definisi Operasional Variabel.....	33
B.Ruang Lingkup Penelitian.....	37
C.Lokasi Penelitian.....	37

D. Populasi dan Sampel	38
E. Jenis Data	39
F. Teknik Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Gambaran Umum Mr. DIY	51
B. Karakteristik Responden	52
C. Analisis Deskriptif Jawaban Responden	54
D. Hasil Uji Kualitas Data	59
E. Hasil Uji Asumsi Klasik	62
F. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	66
G. Hasil Uji Hipotesis	67
H. Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 2 Indikator <i>Impluse Buying</i>	33
Tabel 3 Indikator <i>Visual merchandising</i>	34
Tabel 4 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	36
Tabel 5 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 6 Usia Responden.....	53
Tabel 7 Pekerjaan Responden	53
Tabel 8 Distribusi rata-rata jawaban responden variabel <i>visual merchandise</i> (X1) ...	55
Tabel 9 Distribusi rata-rata jawaban responden variabel <i>store atmosphere</i> (X2)	56
Tabel 10 Distribusi rata-rata jawaban responden variabel <i>impulse buying</i> (Y).....	58
Tabel 11 Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Variabel X1 (<i>Visual Merchandise</i>)	60
Tabel 12 Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Variabel X2 (<i>Store atmosphere</i>)	60
Tabel 13 Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Variabel Y (<i>Impulse buying</i>).....	60
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Cronbach Alpha</i>	61
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas <i>Kolmogorov Smirnov</i> (K-S)	62
Tabel 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas Uji Glejser	63
Tabel 17 Hasil Uji Multikolinieritas	64
Tabel 18 Hasil Uji Linieritas.....	65
Tabel 19 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	66
Tabel 20 Hasil uji F (Simultan).....	68
Tabel 21 Hasil Uji t parsial <i>Visual Merchandise</i> (X1)	68
Tabel 22 Hasil Uji t parsial <i>Store atmosphere</i> (X2)	69
Tabel 23 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	Halaman 29
------------------------------------	---------------



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data

Lampiran 3 : Deskriptif Statistik

Lampiran 4 : Teknik Analisa Data

Lampiran 5 : Tabel Statistik



Pengaruh *Visual Merchandising* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Mr. DIY Kota Pasuruan”.

Zumrotul Maulidiyah¹, Dra. A. Ratna Pudyaningsih², Hari Wahyuni,³

¹ Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3} Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

Email : zumrotulmaulidiyah98@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com²,
yuniprasetya55@gmail.com³

Abstrak

Mr. DIY mempunyai strategi untuk menarik pelanggan dengan memberikan diskon serta promo terhadap barang-barang yang dijual serta menempatkan barang dengan merk tertentu pada spot yang ramai pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Visual Merchandising* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Mr. DIY Kota Pasuruan. Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi fokus adalah para pengunjung Mr. DIY di Kota Pasuruan dengan menggunakan metode *Purposive Sampling* dalam pengambilan sampel. Analisa yang digunakan adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi (R Square), Uji Hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Terdapat pengaruh secara simultan variabel *visual merchandising* dan *store atmosphere* terhadap perilaku *buying* dengan nilai dari F hitung sebesar $42,778 > 3,11$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. 2) Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel *visual merchandising* terhadap perilaku *buying* dengan nilai t hitung sebesar $1,871 < t$ tabel $1,993$ dengan nilai signifikansi $0,065 > 0,05$. 3) Terdapat pengaruh yang signifikan variabel *store atmosphere* terhadap perilaku *buying* dengan nilai t hitung sebesar $8,418 > t$ tabel $1,993$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: *visual merchandising, store atmosphere, impulse buying*