

HALAMAN MOTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.

-Q.S Al-Baqarah:286

“Life can be heavy, especially if you try to carry it all at once. Part of growing up and moving into new chapters of your life is about catch and release”

(Taylor Swift)

“Hidup yang tidak pernah ditaruhkan, tidak akan pernah dimenangkan”.



HALAMAN PERSEMBAHAN

Diantara seluruh halaman dalam skripsi ini, lembar persembahan adalah halaman yang paling bermakna, karena disinilah penulis menitipkan rasa terima kasih yang tidak mampu terucap oleh kata-kata. Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

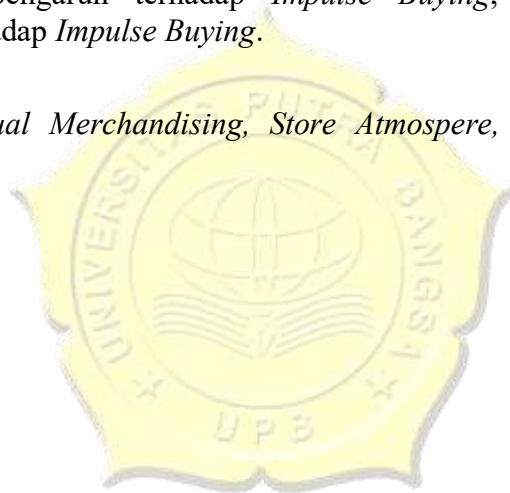
1. Ibu dan almarhum ayah yang selalu menjadi semangat penulis untuk menyelesaikan skripsi ini berkat dukungan dan doa yang dipanjatkan.
2. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas ilmunya, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan dengan tulus.
3. Bapak dan Ibu dosen Universitas Putra Bangsa.
4. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen yang selalu memberikan semangat dan hiburan.
5. Universitas Putra Bangsa, almamater yang telah menjadi tempat saya belajar, berkembang dan bertumbuh menjadi pribadi yang lebih dewasa. Terima kasih atas pengalaman, ilmu dan kesempatan yang telah diberikan.
6. Dan pihak lain yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan dan ridho-Nya. Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kekurangan dalam penulisan dan penyajian skripsi ini, semoga dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin Ya Rabbal Alamiin.

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Visual Merchandising*, *Store Atmosphere*, dan *Money Available* terhadap *Impulse Buying* pada Miniso di Kabupaten Kebumen. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang dengan kriteria pernah melakukan *impulse buying* di gerai Miniso Kabupaten Kebumen minimal 1 kali dengan minimal usia 17 tahun. Pengambilan data menggunakan kuesioner (angket). Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan non probability sampling dengan purposive sampling yang dibantu dengan alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS versi 26. Analisis yang digunakan meliputi uji instrument validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis jalur, uji hipotesis dan analisis korelasi. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) *Visual Merchandising* Berpengaruh terhadap *Impulse Buying*, (2) *Store Atmosphere* Berpengaruh terhadap *Impulse Buying*, (3) *Money Available* Berpengaruh terhadap *Impulse Buying*.

Kata Kunci: *Visual Merchandising*, *Store Atmosphere*, *Money Available*, dan *Impulse Buying*



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Visual Merchandising, Store Atmosphere, and Money Available on Impulse Buying at Miniso in Kebumen Regency. The number of respondents used in this study was 100 people, with the criteria of having made impulse purchases at Miniso outlets in Kebumen Regency at least once and being at least 17 years old. Data collection used a questionnaire. The sampling technique was non-probability sampling with purposive sampling assisted by data processing tools such as SPSS version 26. The analysis used included instrument validity and reliability tests, classical assumption tests, path analysis, hypothesis testing, and correlation analysis. The results of this study indicate (1) Visual Merchandising Influences Impulse Buying, (2) Store Atmosphere Influences Impulse Buying, (3) Money Available Influences Impulse Buying.

Keywords: Visual Merchandising, Store Atmosphere, Money Available, and Impulse Buying



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Visual Merchandising, Store Atmosphere, Dan Money Available Terhadap Impulse Buying* Pada Miniso Di Kabupaten Kebumen”.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah.

Penyusunan skripsi ini tidak dapat lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Terkhusus kepada Almarhum Ayah, sosok yang penulis rindukan. Terima kasih atas segala pengorbanan, kasih sayang serta segala bentuk tanggung jawab atas kehidupan layak yang telah diberikan semasa Ayah hidup. Terima kasih telah menjadi alasan terbesar penulis untuk tetap semangat berjuang meraih gelar sarjana. Penulis yakin semangat dan cinta Ayah tetap hidup menyatu dalam langkah dan doa yang mengiringi penulis setiap hari.
2. Kepada Ibu tercinta, terima kasih telah mengorbankan banyak waktu, tenaga, dan upaya, selalu berjuang untuk anak-anaknya menggantikan peran ayah. Tanpa kehadiran dan cinta tulus Ibu, mungkin langkah ini takkan pernah sampai sejauh ini.

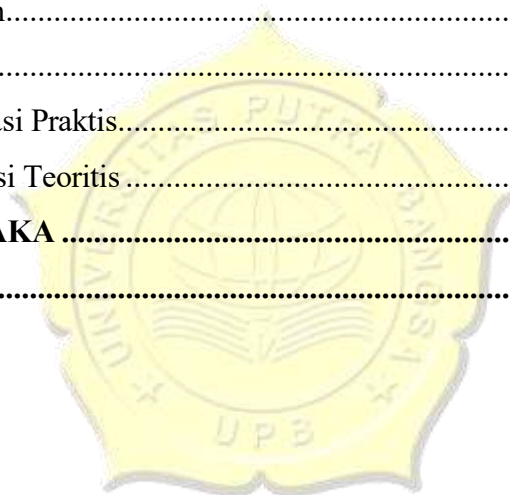
3. Ibu Dewi Noor Susanti, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih atas ilmunya, arahan, perhatian dan kesabaran yang selama ini diberikan tulus dan semangat kepada penulis.
4. Kepada teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan namanya, terima kasih banyak sudah mewarnai hari-hari penulis dan membuat perjalanan kuliah ini terasa lebih indah dan semangat.
5. Terima kasih untuk diri sendiri Meliza Nur Sabrina karena selalu mau belajar dan berusaha memberikan yang terbaik di setiap langkah serta tetap terbuka untuk hal-hal baru yang sebelumnya mungkin terasa asing dan tidak mudah. Kini semua proses itu terbayar ketika karya tulis tugas akhir ini berhasil diselesaikan dengan baik. Ini bukan hanya tentang pencapaian akademik, tapi juga tentang bagaimana bertumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat dan dewasa. Pencapaian ini ditulis hari ini oleh diri penulis sekarang, namun kelak akan dibaca dengan rasa bangga oleh diri penulis di masa depan sebagai pengingat bahwa segala perjuangan ini layak diperjuangkan dan telah melakukannya dengan baik.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI.....	viii
ABSTRACT.....	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	16
1.3. Batasan Masalah	18
1.4. Tujuan Penelitian	20
1.5. Manfaat Penelitian	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1. Tinjauan Teori	22
2.1.1. Impulse Buying	22
2.1.2. Visual Merchandising.....	25
2.1.3 Store Atmosphere	28
2.1.4 Money Available	32
2.2. Penelitian Terdahulu	34
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	40
2.3.1 Visual Merchandising dan Impulse Buying.....	40
2.3.2. Store Atmosphere dan Impulse Buying	41

2.3.3. Money Available dan Impulse Buying	42
2.4. Model Empiris	44
2.5. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	46
3.1. Objek dan Subjek Penelitian.....	46
3.2. Variabel Penelitian.....	46
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	47
3.3.1 Impulse Buying.....	47
3.3.2 Visual Merchandising	48
3.3.4 Store Atmosphere	49
3.3.5 Money Available.....	50
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	51
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data	52
3.5.1 Jenis Data.....	52
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.6. Populasi dan Sampel.....	54
3.7. Teknik Analisis.....	56
3.7.1. Analisis Deskriptif	56
3.7.2. Analisis Statistika.....	57
3.8 Alat Analisis Data	57
3.8.1 Uji Instrumen	57
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	60
3.9 Analisis Regresi Linear Berganda.....	63
3.9.1 Uji Hipotesis	64
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	68
4.1.1 Gambaran Umum Miniso	68
4.1.2 Visi Misi Miniso	70
4.2 Analisis Deskriptif	70
4.2.1 Respon Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia	71

4.2.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.2.4 Responden Berdasarkan Penghasilan	73
4.3 Analisis Statistik	74
4.3.1 Uji Validitas	74
4.3.2 Uji Reliabilitas	77
4.3.3 Uji Asumsi Klasik.....	78
4.3.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
4.3.5 Uji Hipotesis	84
4.4 Pembahasan.....	89
BAB V SIMPULAN.....	94
5.1. Simpulan.....	94
5.2 Keterbatasan.....	95
5.3. Implikasi	96
5.3.1. Implikasi Praktis.....	96
5.3.2 Implikasi Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Data Nilai Komparasi Brand Index Toko Aksesoris	4
Tabel I- 2 Data Observasi pada Masyarakat Kabupaten Kebumen yang Melakukan <i>Impulse Buying</i> di Miniso Trio Mall Kebumen	9
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Kuesioner	48
Tabel III- 2 Indikator dan Distribusi Kuesioner	49
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Kuesioner	50
Tabel III- 4 Indikator dan Distribusi Kuesioner	51
Tabel IV- 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel IV- 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	72
Tabel IV- 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel IV- 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan	73
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas <i>Impulse Buying</i>	75
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Visual Merchandising</i>	75
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Store Atmosphere</i>	76
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Money Available.....	76
Tabel IV- 9 Uji Reliabilitas	77
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel IV- 11 Hasil Uji Normalitas	82
Tabel IV- 12 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	85
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (Uji f)	87
Tabel IV- 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Grafik Persentasi Tingkat Penjualan Ritel di Indonesia.....	2
Gambar I- 2 Grafik Perilaku Belanja Konsumen di Miniso Kebumen	7
Gambar II- 1 Model Empiris	44
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	80
Gambar IV- 2 Hasil Uji Normalitas	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	114
Lampiran 2 Karakteristik Responden	118
Lampiran 3 Tabel Tabulasi Responden	122
Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi.....	130
Lampiran 5 Kartu Seminar Proposal	131

