

HALAMAN MOTTO

“Lakukanlah hal yang paling disukai, sebelum tidak bisa melakukannya karena
hidup cuma satu kali”

"Keberhasilan adalah perjalanan panjang dari satu kegagalan ke kegagalan
berikutnya tanpa kehilangan semangat." - Winston Churchill

"Pembelajaran tak pernah berhenti, karena hidup adalah proses belajar." - Anonim



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa karya ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Sugiono dan Ibu Kastuti yang telah memberikan dukungan, doa dan bantuan baik secara moril maupun materil demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
2. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, S.E.Sy., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi.
3. Sahabat saya Leni dan Millah yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa dan tawa dari awal hingga terselesainya skripsi ini.
4. Teman-teman Kelas Manajemen Regular A serta teman seperjuangan S-1 Manajemen angkatan 2020/2021 yang telah memberikan motivasi, dorongan, bantuan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi dari awal sampai akhir.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Visual Merchandising*, Variasi Produk dan *Price Discount* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso di Trio Mall Kebumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan metode non *probability sampling* dengan teknik *accidental sampling* dalam mencari sampel dalam dilakukan kepada 100 responden. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner yang telah diuji prasyarat analisis meliputi uji heterokedasitas, normalitas, dan multikolinieritas menggunakan program SPSS versi 26 untuk windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Visual Merchandising*, Variasi Produk, *Price Discount* secara parsial dan signifikan memengaruhi Keputusan Pembelian. *Visual Merchandising*, Variasi Produk dan *Price Discount* secara bersamaan memengaruhi Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Visual Merchandising*, Variasi Produk, *Price Discount* dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research aims to determine and analyze the influence of Visual Merchandising, Product Variations and Price Discounts on Miniso Product Purchasing Decisions at Trio Mall Kebumen. This research is quantitative research and uses a non-probability sampling method with accidental sampling techniques to find samples for 100 respondents. Data collection uses a questionnaire that has been tested for analysis prerequisites including heteroscedasticity, normality and multicollinearity tests using the SPSS version 26 program for Windows. The research results show that Visual Merchandising, Product Variations, Price Discounts partially and significantly influence Purchasing Decisions. Visual Merchandising, Product Variations and Price Discounts simultaneously influence Purchasing Decisions.

Keywords: Visual Merchandising, Product Variations, Price Discounts and Purchasing Decisions



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH VISUAL MERCHANDISING, VARIASI PRODUK DAN PRICE DISCOUNT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MINISO DI TRIO MALL KEBUMEN (Studi pada Generasi Z 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. Penyusunan skripsi dapat terlaksana dengan baik atas bantuan, bimbingan serta kerjasama dari pihak yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Intan Muliana Rhamdhani, S.E.Sy., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan serta ilmu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Segenap dosen dan civitas akademi Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.
3. Kedua orang tua yang selalu memberikan doa serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini.
4. Sahabat saya Leni dan Millah yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa dan tawa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT selalu menyertai dan memberikan mereka serta ilmu yang dimiliki berguna untuk kebaikan kita semua. Penulis mohon maaf apabila dalam penyusunan maupun pembahasan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Semoga skripsi ini bisa membantu dan bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.



Kebumen, 13 Mei 2024

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ayu Indah Lestari', written over a faint grid background.

Ayu Indah Lestari

NIM: 205504231

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN.....	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GRAFIK.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1. Tinjauan Teori.....	19
2.1.1. Keputusan Pembelian	19
2.1.2. <i>Visual Merchandising</i>	29
2.1.3. Variasi Produk	38
2.1.4. <i>Price Discount</i>	42
2.2. Penelitian Terdahulu.....	48
2.3. Hubungan Antara Variabel.....	57
2.4. Model Empiris.....	62

2.5. Hipotesis	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	64
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	64
3.1.1. Objek Penelitian.....	64
3.1.2. Subjek Penelitian.....	64
3.2. Variabel Penelitian	64
3.2.1. Variabel Dependen (Y).....	64
3.2.2. Variabel Independen (X)	65
3.3. Definisi Operasional Variabel	65
3.3.1. Keputusan Pembelian	65
3.3.2. <i>Visual Merchandising</i>	66
3.3.3. Variasi Produk	67
3.3.4. <i>Price Discount</i>	68
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	69
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	71
3.5.1. Jenis Data	71
3.5.2. Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.6. Populasi dan Sampel.....	73
3.6.1. Populasi	73
3.6.2. Sampel.....	74
3.7. Teknik Analisis	76
3.7.1. Analisis Deskriptif	76
3.7.2. Analisis Statistik	77
3.8. Alat Analisis Data.....	77
3.8.1. Uji Instrumen	77
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	80
3.8.3. Uji Analisis Regresi Linear Berganda	83
3.8.4. Uji Hipotesis	84

BAB IV PEMBAHASAN.....	89
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	89
4.1.1. Gambaran Umum Miniso	89
4.2. Analisis Deskriptif.....	90
4.2.1. Gambaran Umum Responden	90
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	91
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	92
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	94
4.3. Analisis Statistik.....	95
4.3.1. Uji Instrumen	95
4.3.2. Uji Asumsi Klasik.....	100
4.3.3. Uji Analisis Linear Berganda.....	103
4.3.4. Uji Hipotesis	105
4.4. Pembahasan.....	110
4.4.1. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> Terhadap Keputusan Pembelian..	110
4.4.2. Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	112
4.4.3. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Keputusan Pembelian	113
4.4.4. Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> , Variasi Produk dan <i>Price Discount</i> Secara Bersama-Sama Terhadap Keputusan Pembelian	114
BAB V SIMPULAN	115
5.1. Simpulan	115
5.2. Keterbatasan.....	116
5.3. Implikasi	117
5.3.1. Implikasi Praktis.....	117
5.3.2. Implikasi Teoritis	119

DAFTAR PUSTAKA..... 122
LAMPIRAN 132



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Top Brand Indeks Miniso Tahun 2019-2023.....	3
Tabel I-2 Data Penjualan Miniso di Trio Mall Kebumen Periode Juni 2022-September 2023	5
Tabel I-3 Data Observasi Terhadap Keputusan Pembelian di Miniso.....	7
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu	55
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian	66
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Visual Merchandising</i>	67
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Variasi Produk.....	68
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel <i>Price Discount</i>	69
Tabel IV-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Tabel IV-2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
Tabel IV-3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	93
Tabel IV-4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	94
Tabel IV-5 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	96
Tabel IV-6 Hasil Uji Validitas <i>Visual Merchandising</i>	96
Tabel IV-7 Hasil Uji Validitas Variasi Produk.....	97
Tabel IV-8 Hasil Uji Validitas <i>Price Discount</i>	98
Tabel IV-9 Hasil Uji Reliabilitas.....	99
Tabel IV-10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	100
Tabel IV-11 Hasil Uji Heterokedasitas	102
Tabel IV-12 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel IV-13 Hasil Analisis Linear Berganda	104
Tabel IV-14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	106
Tabel IV-15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	109
Tabel IV-16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	110

DAFTAR GRAFIK

Grafik I-1 Top Brand Indeks Kategori Ritel Toko Aksesoris.....	2
--	---



DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	23
Gambar II-2 Model Teoritis.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pengantar Kuesioner
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Tautan Link Google Form
- Lampiran 4 Data Responden
- Lampiran 5 Tabulasi Data
- Lampiran 6 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 Hasil Asumsi Klasik
- Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda
- Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis
- Lampiran 11 Tabel t
- Lampiran 12 Tabel F
- Lampiran 13 Tabel r
- Lampiran 14 Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 15 Kartu Bimbingan
- Lampiran 16 Kartu Peserta Seminar

