

SKRIPSI

PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN *POSITIVE EMOTION* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN MR.DIY KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

MUBASSARAH

NIM: 2110412320035



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN *POSITIVE EMOTION*
TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN MR.DIY KOTA
BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Mubassarah
NIM : 2110412320035

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

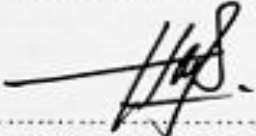
a. Pembimbing

Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP.199211262019032026

[..........]

b. Penguji I

Humaidi, S.AB, M.A.B
NIP.199304212020121013

[..........]

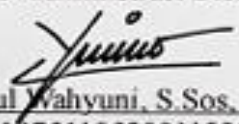
c. Penguji II

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP.197604142001121003


[..........]

Banjarmasin, 20 Juli 2025

KPS Administrasi Bisnis



Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP.197511052001122001

Ketua Pembimbing


Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
NIP.199211262019032026

Mengetahui

Dekan FISIP UNLAM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si
NIP.1973012219980211001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin tanggal 23 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2599/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 23 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Mubassarah
NIM : 2110412320035
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Visual Merchandising Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 11.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81,3 (A)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 23 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Mubassarah

1. Ketua : Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
()
2. Sekretaris : Humaidi, S.AB, M.AB
()
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurhikmah Yuni, S.Sos, M.AB
NIM: 21104123200112 2 001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2599/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Novia Nour Halisa, S.Si, M.Si
2. Humaidi, S.AB, M.AB
3. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Mubassarrah
NIM : 2110412320035
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Visual Merchandising Dan Positive Emotion
Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen MR.DIY Kota
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Senin, 23 Juni 2025
J a m : 11.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 23 Juni 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah dibundarkan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Positive Emotion* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin”, sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik.
5. Ibu Novia Nour Halisa, S.Si., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak membantu dan membimbing selama penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB., selaku Dosen Penguji Skripsi 1 yang telah memberikan saran untuk penulisan skripsi ini.
7. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM., selaku Dosen Penguji Skripsi 2 yang telah memberikan saran untuk penulisan skripsi ini.

8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh staff dan karyawan Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
10. Teman – teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2021 yang telah memberikan kritikan, saran, dukungan dan motivasi yang sangat berharga sehingga skripsi ini selesai.
11. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga Allah SWT, memberikan imbalan atas amal dan bantuan yang Bapak/Ibu berikan, Aamiin.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Banjarmasin, 22 Mei 2025



Mubassarah
NIM.2110412320035

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan, kesabaran dan kesehatan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Serta shalawat dan salam selalu tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW. Karya ini penulis persembahkan sebagai bentuk terima kasih kepada orang – orang yang selalu memberikan dukungan dan menjadi alasan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Teruntuk kedua orang tua saya, Bapak Tajliannoor dan Ibu Noorsinah yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, doa, dan cinta kasih yang tiada terhingga. Semoga ini menjadi langka awal untuk membuat Ayah dan Ibu bangga dan Bahagia, karena selama ini belum bisa berbuat lebih. Terima kasih Ayah dan Ibu selalu bekerja keras agar kebutuhan selama kuliah terpenuhi, terima kasih untuk doa-doa yang dipanjatkan setiap harinya. Semoga Ayah dan Ibu diberi Kesehatan dan Panjang umur agar dapat menemani anak-anaknya untuk menuju kesuksesan.

Teruntuk adikku tercinta Muhammad Rizky, yang selalu memberikan semangat, dukungan dan doa kepada kakanya. Terima kasih karena selalu ada untuk menjadi tempat keluh kesah sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga kita menjadi anak yang membanggakan kedua orang tua.

Teruntuk sahabat dan teman – teman yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu. Terima kasih banyak atas segala doa, dukungan, motivasi serta canda dan tawa selama ini, sehingga saya tidak pernah merasa sendiri dan selalu memiliki semangat menyelesaikan skripsi ini.

Terakhir, untuk diri saya sendiri, terima kasih karena menjadi pribadi yang kuat, sabar dan pantang menyerah. Terima kasih sudah bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai. Serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang – undang yang berlaku.

Banjarmasin, 20 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



Mubassarah
NIM.2110412320035

ABSTRAK

Mubassarrah, 2110412320035, 2025. Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Novia Nour Halisa.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial *Visual Merchandising* terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin, untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial *Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin, untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara simultan *Visual Merchandising* dan *Positive Emotion* terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan desain penelitian *Explanatory Research*. Lokasi penelitian berada di dua cabang MR.DIY di Kota Banjarmasin, yaitu cabang Kayutangi dan cabang Dutamall. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan *Impulse Buying* di MR.DIY dalam 6 bulan terakhir, besar sampel terdiri dari 100 responden yang dipilih melalui teknik *accidental* sampling. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 30.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Visual Merchandising* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin. *Positive Emotion* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin. *Visual Merchandising* dan *Positive Emotion* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *Impulse Buying* pada konsumen MR.DIY Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Visual Merchandising*, *Positive Emotion*, *Impulse Buying*

ABSTRACT

Mubassarah, 2110412320035,2025. The influence of Visual Merchandising dan Positive Emotion on Impulse Buying of MR.DIY costumers in Banjarmasin, under the supervision of Novia Nour Halisa.

This study was conducted to determine and test the partial significant effect of Visual Merchandising on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin, to determine and test the partial significant effect of Positive Emotion on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin, to determine and test the simultaneous significant effect of Visual Merchandising and Positive Emotion on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin.

This study uses a quantitative approach, with an Explanatory Research design. The location of the study was at MR.DIY Banjarmasin, which Kayutangi branch and Dutamall branch. The population in this study were consumers who had done Impulse Buying at MR.DIY in the last 6 months, the sample size consisted of 100 respondents selected through accidental sampling techniques, Data collection was carried out using a questionnaire, then analyzed by multiple linear regression analysis using SPSS software version 30.

The results of the study indicate that Visual Merchandising has a significant partial effect on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin. Positive Emotion has a significant partial effect on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin. Visual Merchandising and Positive Emotion have a significant simultaneous effect on Impulse Buying in MR.DIY consumers in Banjarmasin.

Keywords: Visual Merchandising, Positive Emotion, Impulse Buying

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERSEMBAHAN.....	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teoritis	15
2.1.1 Pemasaran	15
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	19
2.1.4 <i>Visual Merchandising</i>	23
2.1.5 <i>Positive Emotion</i>	26
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	30
2.3 Hipotesis Dan Model Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian	40
3.2 Desain Penelitian.....	40
3.3 Lokasi Penelitian.....	41
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Tehnik Sampling.....	41
3.5 Definisi Operasional Variabel	43

3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	43
3.5.2 Variabel Terikat (Dependen)	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6.1 Data Primer	47
3.6.2 Data Sekunder	47
3.7 Teknik Analisa Data	48
3.7.1 Skala Pengukuran	48
3.7.2 Deskriptif Statistik	48
3.7.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	50
3.7.4 Uji Asumsi klasik	52
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	54
3.7.6 Alat Uji Hipotesis	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	59
4.1 Profil Responden	59
4.1.1 Berdasarkan Domisili	59
4.1.2 Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.3 Berdasarkan Usia	61
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	62
4.1.5 Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per Bulan	63
4.2 Analisis Deskriptif Statistik	64
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X1)	64
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Positive Emotion</i> (X2)	68
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	71
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.3.1 Hasil Uji Validitas	74
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	76
4.4 Uji Asumsi Klasik	77
4.4.1 Uji Normalitas	77
4.4.2 Uji Multikolinearitas	79
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	80
4.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	81
4.6 Uji Hipotesis	83

4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t)	83
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	85
4.6.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	86
BAB V PEMBAHASAN HASIL	88
5.1 Pembahasan.....	88
5.1.1 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	88
5.1.2 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	89
5.1.3 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> dan <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	90
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	91
5.2.1 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	92
5.2.2 Pengaruh <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	92
5.2.3 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> dan <i>Positive Emotion</i> terhadap <i>Impulse Buying</i>	93
5.3 keterbatasan Penelitian.....	95
BAB VI PENUTUP	96
6.1 Kesimpulan	96
6.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	103

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3. 1	Operasionalisasi Variabel Penelitian	46
Tabel 3. 2	Skala pengukuran Likert.	48
Tabel 3. 3	Kategori Interpretasi Skor.....	49
Tabel 3. 4	Interpretasi Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 4. 1	Karakteristik responden berdasarkan domisili	59
Tabel 4. 2	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	60
Tabel 4. 3	Karakteristik responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 4. 4	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	62
Tabel 4. 5	Karakteristik responden berdasarkan pendapatan/uang saku per bulan.....	63
Tabel 4. 6	Distribusi frekuensi item variabel Visual Merchandising (X1).....	64
Tabel 4. 7	Distribusi frekuensi item variabel Positive Emotion (X2).....	68
Tabel 4. 8	Distribusi frekuensi item variabel Impulse Buying (Y).....	71
Tabel 4. 9	Hasil uji validitas.....	75
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 4. 11	Kolmogorov-Smornov (K-S).....	78
Tabel 4. 12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	79
Tabel 4. 13	Hasil Uji Glejser.....	81
Tabel 4. 14	Analisis Regresi Linier Berganda.....	82
Tabel 4. 15	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	84
Tabel 4. 16	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	85
Tabel 4. 17	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	86

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Pertumbuhan bisnis retail di Indonesia	2
Gambar 1. 2	Pertumbuhan gerai MR DIY dari tahun 2018-2023	5
Gambar 1. 3	Penerapan <i>Visual Merchandising</i> Pada MR.DIY	9
Gambar 2. 1	Model penelitian.....	39
Gambar 4. 1	Hasil Histogram.....	77
Gambar 4. 2	P-Plot.....	78
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan scatterplot	80
Gambar 5. 1	Model Akhir Penelitian	95