

SKRIPSI
**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN *CO-BRANDING* TERHADAP
PURCHASE DECISION YANG DIMEDIASI OLEH *PURCHASE INTENTION***
(Studi pada Konsumen Gen Z Miniso Duta Mall Banjarmasin)



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

LISA AMELIA

2110312220073

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH VISUAL MERCHANDISING DAN CO-BRANDING TERHADAP
PURCHASE DECISION YANG DIMEDIASI OLEH PURCHASE INTENTION
(STUDI PADA KONSUMEN GEN Z MINISO DUTA MALL BANJARMASIN)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Lisa Amelia

NIM: 2110312220073

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 12 Juni 2025 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Dosen Pembimbing



Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM
NIP. 19720909 199903 2 001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Manajemen



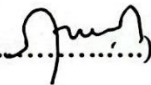
Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Lisa Amelia
NIM : 2110312220073
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Co-Branding*
Terhadap *Purchase Decision* yang Dimediasi Oleh
Purchase Intention (Studi pada Konsumen Gen Z Miniso
Duta Mall Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 12 Juni 2025

Tim Penguji

Pembimbing : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

(.....)

Penguji I : Dr. Nuril Huda, SE, MM

Penguji II : Dr. RR Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Lisa Amelia
NIM : 2110312220073
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Co-Branding* Terhadap *Purchase Decision* yang Dimediasi Oleh *Purchase Intention* (Studi pada Konsumen Gen Z Miniso Duta Mall Banjarmasin)
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Kamis, 12 Juni 2025
Waktu Ujian : 15.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran Tim Penguji

Demikian berita acara perbaikan ujian proposal skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji

Banjarmasin, 11 Juli 2025

Mengetahui

Dosen Pembimbing



Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM
NIP. 19720909 199903 2 001

Mahasiswa



Lisa Amelia
NIM. 2110312220073

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 7 Mei 2025

Yang membuat pernyataan,



Lisa Amelia

2110312220073

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan Syukur saya tujukan kepada Allah SWT karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Co-Branding* Terhadap *Purchase Decision* yang Dimediasi Oleh *Purchase Intention* (Studi Pada Konsumen Gen Z Miniso Duta Mall Banjarmasin)”**. Penelitian skripsi ini merupakan upaya penulis memenuhi persyaratan dalam meraih gelar sarjana manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar tanpa bimbingan, saran, doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, S.E., M.Si. selaku Koordinator Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Dr. Siti Aliyati Al-Bushairi, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, saran, dan bantuan serta pengorbanan waktu dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Nuril Huda, S.E., M.M. selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan pemikiran untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Ibu Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum S.E., M.Si. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan pemikiran untuk menyelesaikan penelitian ini.
7. Seluruh dosen pengajar di Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk peneliti selama masa perkuliahan.

8. Ibu (almh) dan Ayah serta saudara-saudara saya yaitu Liansyah (alm), Supian Hadi dan Gina Maulida yang telah menyemangati serta membiayai pendidikan penulis sampai akhir. Skripsi ini semata-mata ada dan mampu penulis selesaikan karena rasa kasih sayang yang tiada habisnya yang telah diberikan keluarga kepada penulis.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ardianoor. Terima kasih telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat penulis yaitu Rahmawati yang telah menjadi *support system* penulis hingga detik ini.
11. Teman-teman seperjuangan skripsi Triky Noor Maulida, Dwi Diva Rahmah, Gladis Nurhaliza, Nazwa Septiana dan Saidatul Husna. Terima kasih sudah berjuang bersama, saling membantu dan menguatkan selama penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh teman-teman kelas C dan konsentrasi pemasaran yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.
13. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang sudah mampu bertahan hingga sampai di titik ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berkontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang yang penulis teliti.

Banjarmasin 10 Juni 2025

Lisa Amelia

ABSTRACT

Lisa Amelia (2025) The Effect of Visual Merchandising and Co-Branding on Purchase Decisions through the Mediation of Purchase Intention: A Study of Miniso Gen Z Consumers at Duta Mall Banjarmasin. Advisor: Siti Aliyati Al-Bushairi.

This study aims to analyze the effect of visual merchandising and co-branding on purchase decision with purchase intention as a mediating variable among Gen Z consumers of Miniso Duta Mall Banjarmasin. This research employs a quantitative approach using a survey method, distributing questionnaires to 200 Generation Z respondents who have purchased Miniso products. The sampling technique used was purposive sampling. Data analysis was conducted using Structural Equation Modeling (SEM) with Partial Least Squares (PLS) via SmartPLS software. The results show that visual merchandising and co-branding significantly influence purchase intention. Furthermore, purchase intention mediates the relationship between visual merchandising and co-branding on purchase decision. This research provides practical implications for Miniso in optimizing store display strategies and brand collaborations to enhance consumer purchase decisions.

Keywords: *Visual Merchandising, Co-Branding, Purchase Intention, Purchase Decision*

ABSTRAKSI

Lisa Amelia (2025) Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Co-Branding* Terhadap *Purchase Decision* yang Dimediasi Oleh *Purchase Intention* (Studi Pada Konsumen Gen Z Miniso Duta Mall Banjarmasin). Pembimbing: Siti Aliyati Al-Bushairi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *visual merchandising* dan *co-branding* terhadap *purchase decision* dengan *purchase intention* sebagai variabel mediasi pada konsumen Miniso Duta Mall Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 200 responden yang merupakan generasi Z yang pernah membeli produk Miniso. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS) dengan *software* SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *visual merchandising* dan *co-branding* berpengaruh signifikan terhadap *purchase intention*. Selain itu, *purchase intention* terbukti berperan sebagai variabel mediasi antara *visual merchandising* dan *co-branding* terhadap *purchase decision*. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi Miniso dalam meningkatkan strategi tampilan toko dan kolaborasi merek untuk mendorong keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: *Visual Merchandising, Co-Branding, Purchase Intention, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| LEMBAR LEGALITAS | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | iii |
| BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI | iv |
| SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| ABSTRACT..... | viii |
| ABSTRAKSI..... | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GRAFIK | xiii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 13 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 14 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| 2.1. Landasan Teori | 15 |
| 2.1.1. Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> | 15 |
| 2.1.2. <i>Visual Merchandising</i> | 16 |
| 2.1.3 <i>Co-Branding</i> | 17 |
| 2.1.4. <i>Purchase Intention</i> | 18 |
| 2.1.5 <i>Purchase Decision</i> | 19 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 21 |
| BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS | 29 |
| 3.1. Kerangka Konseptual..... | 29 |
| 3.2. Hipotesis Penelitian | 30 |
| BAB IV METODE PENELITIAN | 37 |
| 4.1. Ruang Lingkup Penelitian..... | 37 |
| 4.2. Jenis Penelitian..... | 37 |

| | |
|---|-----------|
| 4.3. Tempat/Lokasi Penelitian..... | 38 |
| 4.4. Unit Analisis..... | 38 |
| 4.5. Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 4.5.1. Populasi | 38 |
| 4.5.2. Sampel | 38 |
| 4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel | 40 |
| 4.7. Teknik Pengumpulan Data | 47 |
| 4.8. Teknik Analisis Data..... | 48 |
| 4.8.1. <i>Outer Model</i> | 48 |
| 4.8.2. <i>Inner Model</i> | 49 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | 51 |
| 5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 51 |
| 5.2. Hasil dan Analisis | 52 |
| 5.2.1. Karakteristik Responden | 52 |
| 5.2.2. Deskripsi Statistik Variabel Penelitian | 56 |
| 5.2.3 Uji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)..... | 63 |
| 5.2.4. Uji Model Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 68 |
| 5.2.5. Pembahasan Hasil Penelitian | 75 |
| 5.2.6. Implikasi Hasil Penelitian..... | 84 |
| 5.2.7. Keterbatasan Penelitian | 88 |
| BAB VI PENUTUP | 89 |
| 6.1. Kesimpulan | 89 |
| 6.2. Saran | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA | 93 |
| LAMPIRAN | 99 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel | 42 |
| Tabel 4.2 Skala Likert | 47 |
| Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 52 |
| Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 54 |
| Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 55 |
| Tabel 5.4 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method) | 57 |
| Tabel 5.5 Tanggapan Responden pada Visual Merchandising | 58 |
| Tabel 5.6 Tanggapan Responden pada Co-Branding | 59 |
| Tabel 5.7 Tanggapan Responden pada Purchase Intention | 61 |
| Tabel 5.8 Tanggapan Responden pada Purchase Decision..... | 62 |
| Tabel 5.9 <i>Convergent Validity</i> | 65 |
| Tabel 5.10 Nilai <i>Cross Loading</i> | 66 |
| Tabel 5.11 Nilai <i>Average Variant Extracted (AVE)</i> | 67 |
| Tabel 5.12 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> | 68 |
| Tabel 5.13 Nilai <i>R-Square</i> | 69 |
| Tabel 5.14 Nilai <i>F-Square</i> | 70 |
| Tabel 5.15 Nilai <i>Q-Square</i> | 71 |
| Tabel 5.16 <i>Path Coefficients</i> | 72 |
| Tabel 5.17 <i>Indirect Effects</i> | 74 |

DAFTAR GRAFIK

| | |
|---|---|
| Grafik 1.1 Top <i>Brand Award</i> Miniso 2020-2024..... | 3 |
|---|---|

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Tampilan Luar Toko Miniso Duta Mall Banjarmasin | 9 |
| Gambar 1.2 <i>Window Display</i> Miniso Duta Mall Banjarmasin | 9 |
| Gambar 1.3 Produk hasil <i>Co-Branding</i> Miniso..... | 10 |
| Gambar 1.4 Fenomena Miniso Duta Mall Banjarmasin | 11 |
| Gambar 5.1 Logo Miniso | 51 |
| Gambar 5.2 Model Penelitian Tahap Estimasi Awal (<i>Outer Model</i>) | 64 |
| Gambar 5.3 Model Penelitian Struktural (<i>Inner Model</i>)..... | 68 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian | 99 |
| Lampiran 2 : Karakteristik Responden | 105 |
| Lampiran 3 : Data Primer Penelitian | 110 |
| Lampiran 4 : Deskripsi Responden..... | 118 |
| Lampiran 5 : Deskripsi Variabel | 118 |
| Lampiran 6 : Hasil Uji Outer..... | 120 |
| Lampiran 7 : Uji Inner Model | 122 |