

SKRIPSI

PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN OH!SOME DI DUTA MALL KOTA BANJARMASIN

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

Oleh:

NADYA TARULY LUMBAN GAOL

NIM: 2110412220021



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

2025


LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH VISUAL MERCHANDISING DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN OH!SOME DI DUTA MALL KOTA BANJARMASIN

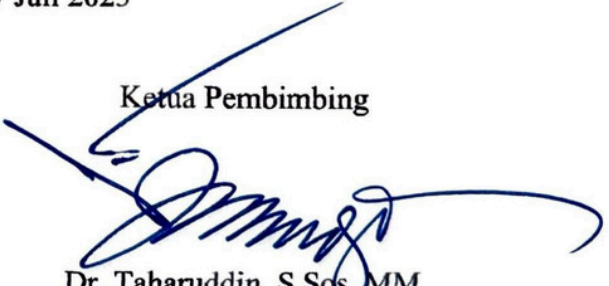
- A. Nama Mahasiswa : Nadya Taruly Lumban Gaol
Nim : 2110412220021
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji:
- a. Pembimbing
Dr. Taharuddin, S.Sos, MM [.....]
NIP.197401102000031001
- b. Penguji I
Dr. Fitriyadi M.Si, CRGP, CTIA [.....]
NIP.196701131994031001
- c. Penguji II
Dr. Maryono, S.Sos, M.Si [.....]
NIP.197606132006041001

Banjarmasin, 7 Juli 2025


Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP.197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
NIP.197401102000031001

Mengetahui,
DEKAN FISIP ULM


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/>

SURAT TUGAS

Nomor : 2602/UN8.1.13/KP.10.00/2025

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

1. Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
2. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
3. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

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

Nama : Nadya Taruly Lumban Gaol
NIM : 2110412220021
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 3 Juni 2025
Jam : 13.00 Wita s.d Selesai
Tempat : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 26 Mei 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 ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR.





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 Selasa tanggal 3 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2602/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 26 Mei 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Nadya Taruly Lumban Gaol
NIM : 2110412220021
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Visual Merchandising dan Store Atmosphere Terhadap Impulse Buying Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.00 Wita s.d Selesai
Nilai : **82,33 (A)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

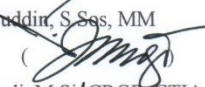
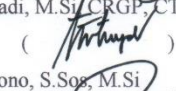

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 3 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Nadya Taruly Lumban Gaol

1. Ketua : Dr. Taharuddin, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Fitriyadi, M.Si/CRGP, CTIA
()
3. Anggota : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,


Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall 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 terselesaikan 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, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Poitik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

5. Bapak Dr. Taharuddin, S.Sos, MM selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan secara solutif dan kooperatif selama penyusunan skripsi.
6. Bapak Dr. Fitriyadi M.Si, CRGP, CTIA selaku dosen penguji 1
7. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku dosen penguji 2
8. Bapak Drs. Sugiharto, MS selaku Dosen Pembimbing Akademik dari semester 1 – 6 yang telah memberikan arahan selama perkuliahan.
9. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik dari semester 7 – 8.
10. Seluruh Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Banjarmasin, 7 Juli 2025



Nadya Taruly Lumban Gaol
NIM. 2110412220021

Saya mengucapkan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus,
yang cinta-Nya begitu besar kepada saya
sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini
Saya persembahkan skripsi ini kepada:
Orang tua dan keluarga saya tercinta
Teman-teman terkasih

1 Tesalonika 5: 16-18a

“Bersukacitalah senantiasa. Tetaplah berdoa.

Mengucapkan syukurlah dalam segala hal”

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 yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka
4. Pernyataan 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, 7 Juli 2025

nyataan,
A 10,000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'SEPULUH RIBU RUPIAH', '10000', and 'METERAI TEMPEL'. The serial number 'BAD62AMX31971926' is visible at the bottom of the stamp.

Nadva Taruly Lumban Gaol
NIM. 2110412220021

ABSTRAK

Nadya Taruly Lumban Gaol, 2110412220021, 2025. Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Taharuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh visual merchandising dan store atmosphere secara parsial maupun simultan terhadap impulse buying pada konsumen OH!SOME di Duta Mall Banjarmasin. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 109 responden. Sampel dipilih menggunakan teknik accidental sampling dengan rumus Cochran. Kriteria responden mencakup berusia minimal 16 tahun, berdomisili di Banjarmasin, dan pernah melakukan setidaknya satu kali pembelian di OH!SOME Duta Mall dalam enam bulan terakhir. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *visual merchandising* dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *impulse buying* pada konsumen OH!SOME di Duta Mall Banjarmasin. Namun, ketika dianalisis secara parsial, hanya variabel *store atmosphere* yang memberikan berpengaruh signifikan, sementara *visual merchandising* tidak berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying*.

Kata kunci: *Visual Merchandising, Store Atmosphere, Impulse Buying*

ABSTRACT

Nadya Taruly Lumban Gaol, 2110412220021, 2025. The Influence of Visual Merchandising and Store Atmosphere on Impulse Buying Among OH!SOME Consumers at Duta Mall Banjarmasin, supervised by: Taharuddin.

This research purports to examine the influence of visual merchandising and store atmosphere partially and simultaneously on impulse buying among OH!SOME consumers at Duta Mall Banjarmasin. This research method conducts a quantitative approach with a total sample of 109 respondents. The sample was selected through accidental sampling using Cochran's formula. The respondent criteria included being at least 16 years old, residing in Banjarmasin, and having made at least one purchase at OH!SOME Duta Mall within the previous six months. Data were collected using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression.

The results indicate that both visual merchandising and store atmosphere have a significant simultaneous influence on impulse buying among OH!SOME consumers at Duta Mall Banjarmasin. However, when examined partially, only the store atmosphere variable has a significant influence, while the visual merchandising variable has an insignificant influence on impulse buying.

Keywords: *Visual Merchandising, Store Atmosphere, and Impulse Buying.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II TIJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teoritis	20
2.1.1 Perilaku Konsumen	20
2.1.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	21
2.1.1.2 Indikator Perilaku Konsumen	22
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	25
2.1.2.1 Indikator Keputusan Pembelian	27
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	28
2.1.2.1 Faktor Pemicu <i>Impulse Buying</i>	29
2.1.2.2 Indikator <i>Impulse Buying</i>	29
2.1.4 <i>Visual Merchandising</i>	30
2.1.2.1 Indikator <i>Visual Merchandising</i>	32
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	33
2.1.3.1 Indikator <i>Store Atmosphere</i>	34

2.2	Penelitian Terdahulu	35
2.3	Hipotesis dan Model Penelitian	42
2.3.1	Hipotesis Penelitian	42
2.3.2	Model Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....		47
3.1	Pendekatan Penelitian	47
3.2	Desain Penelitian.....	47
3.3	Lokasi Penelitian.....	48
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	48
3.4.1	Teknik Sampling	49
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	50
3.5.1	Variabel Independen	50
3.5.2	Variabel Dependen.....	54
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.7	Teknik Analisa Data.....	59
3.7.1	Skala Pengukuran.....	59
3.7.2	Deskriptif Statistik	60
3.7.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	61
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	62
3.7.5	Uji Regresi Linier Berganda	63
3.7.6	Uji Hipotesis.....	64
BAB IV HASIL PENELITIAN		68
4.1	Profil Responden.....	68
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.1.2	Berdasarkan Usia	69
4.1.3	Berdasarkan Domisili.....	69
4.1.4	Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian	70
4.1.5	Berdasarkan Waktu Pembelian Terakhir	71
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	71
4.2.1	Deskriptif Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X1).....	72
4.2.2	Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	74
4.2.3	Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	77
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	80

4.3.1	Uji Validitas	80
4.3.2	Uji Reliabilitas	82
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	83
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	83
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
4.4.3	Hasil Uji Multikolinearitas.....	84
4.5	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
4.6	Hasil Uji Hipotesis	87
4.6.1	Uji Parsial (Uji T).....	87
4.6.2	Uji Simultan (Uji F)	88
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	89
BAB V PEMBAHASAN HASIL		92
5.1	Pembahasan.....	92
5.1.1	Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> (X1) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin	92
5.1.2	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin	92
5.1.3	Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> (X1) dan <i>Store Atmosphere</i> (X2) terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) Pada Konsumen OH!SOME di Duta Mall Kota Banjarmasin.....	93
5.2	Implikasi Hasil	94
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	97
BAB VI PENUTUP		98
6.1	Kesimpulan	98
6.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
BIODATA PENELITI		