

SKRIPSI

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

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

Oleh :

NUR ASIYAH

NIM : 2210412320018



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

2026

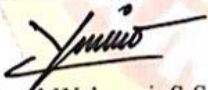
LEMBAR PENGESAHAN

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

- A. Nama Mahasiswa : Nur Asiyah
NIM : 2210412320018
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim Penguji :
- a. Pembimbing
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos.M.AB (.....)
NIP. 197511052001122001
 - b. Penguji I
Devi Rusvitawati, S.Pd.M.M (.....)
NIP. 19890208202406001
 - c. Penguji II
Humaidi, S.AB.M.AB (.....)
NIP. 199304212020121013

Banjarmasin, 03 Juli 2026

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis


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

Ketua Pembimbing


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

Mengetahui,

DEKAN FISIP ULM




Dek. Hidayatullah, S.Sos., M.Si
NIP. 196404041999031001



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 1101/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
2. Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
3. Humaidi, S.AB, M.AB

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

Nama : Nur Asiyah
NIM : 2210412320018
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere*
Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME
di Dutamall Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 13 Mei 2026
J a m : 10.00 Wita – Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 29 April 2026
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ULM



Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
NIP 197104201999031001

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik
yang diterbitkan oleh Balai Besar Sertifikasi Elektronik (BSrE). Badan Siber dan Sandi Negara (BSSN).



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 Rabu tanggal 13 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1101/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 29 April 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Nur Asiyah
NIM : 2210412320018
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME di Dutamall Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 81 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

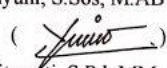
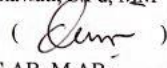
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 11 Mei 2026

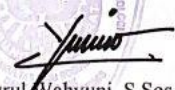
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Nur Asiyah

1. Ketua : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()
2. Sekretaris : Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
()
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,


Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Visual merchandising* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME Di Dutamall Banjarmasin”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan 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. Irwansyah, 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 Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

5. Ibu Devi Rusvitawati, S.Pd, M.M selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Bapak Humaidi, S.AB.,M.AB selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan arahan kepada penulis agar penelitian ini menjadi lebih baik.
7. Bapak Dr. H. Hairudinor, S.Sos.,M.M selaku dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan selama perkuliahan
8. Bapak dan Ibu Dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir.
9. Seluruh Staff Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah membantu dalam proses administrasi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan Namun, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak – pihak lain yang berkepentingan.

Banjarmasin, 03 Juli 2026

Peneliti



Nur Asiyah

2210412320018

PERSEMBAHAN

Tiada lembar yang paling indah di dalam skripsi ini, terkecuali lembar persembahan. Segala puji bagi Allah SWT yang telah memudahkan setiap langkah dalam penyusunan skripsi ini. Apa yang terasa sulit menjadi ringan karena pertolongannya, dan apa yang tampak tidak mungkin pada akhirnya dapat terselesaikan atas izinnya.

Skripsi ini juga saya persembahkan sebagai tanda bahagia kepada pemberi kasih sayang yang paling tulus sepanjang masa, yaitu kedua orang tua saya Abah H. Syahrudin & Mama Hj. Arbayah yang selalu mengiringi dengan doa dan dukungan tiada henti, hingga saya dapat menyelesaikan masa studi ini. Semoga dengan dipersembahkannya skripsi ini dapat membuat kalian bangga.

Dan saya persembahkan juga untuk semua peran dibalik layar yang selalu membarengi dan memberi support selama masa kuliah dan dalam mengerjakan skripsi ini, para teman-teman Raissa & Lidya, serta jodohku yang mendoakan diriku dari masa depan.

Last but not least, beribu terimakasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri **Nur Asiyah** karena telah bertanggung jawab dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih telah menikmati dan menjalani serta tidak menyerah dalam menjalani proses yang tidak mudah.

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan”

- Al-Insyirah ayat 5 -

“Diluar sana sudah terlalu banyak orang yang mengejar mimpi, padahal belum tentu mimpinya lari-lari. Jadi yang perlu kita lakukan jangan mengejar, tapi jalan perlahan. Karena kalau kita mengejar kita gampang jatuh, karna kalau kita jalan perlahan kita bisa teliti”

- Fiersa Besari -

Karya ini mungkin tidak sempurna, namun di dalamnya tersimpan perjalanan, harapan, dan perjuangan yang begitu berarti. Semoga apa yang telah dilalui menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya.

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 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, 03 Juli 2026

Peneliti



Nur Asiyah

2210412320018

ABSTRAK

Nur Asiyah, 2210412320018, 2026. Pengaruh *Visual Merchandising* dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin, di bawah bimbingan: Nurul Wahyuni.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan *visual merchandising* dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, yang dipilih menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linear berganda dibantu IBM SPSS Statistik Versi 25.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *visual merchandising* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin. *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin. Serta *visual merchandising* dan *store atmosphere* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *impulse buying* pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.

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

ABSTRACT

Nur Asiyah, 2210412320018, 2026. The Influence of Visual Merchandising and Store Atmosphere on Impulse Buying in OH!SOME Consumers at Duta Mall Banjarmasin City, under the guidance of: Nurul Wahyuni.

This study aims to examine and analyze the partial and simultaneous effects of visual merchandising and store atmosphere on impulse buying among consumers at OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.

The research employs a quantitative approach with a sample of 100 respondents selected using an accidental sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression with the assistance of IBM SPSS Statistics version 25.

The results indicate that visual merchandising has a significant partial effect on impulse buying. Store atmosphere also has a significant partial effect on impulse buying. Furthermore, visual merchandising and store atmosphere simultaneously have a significant effect on impulse buying among consumers at OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.

Keywords: *Visual Merchandising, Store Atmosphere, 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 GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teoritis.....	21
2.1.1 Perilaku Konsumen	21
2.1.2 Keputusan Pembelian	24
2.1.3 <i>Impulse Buying</i>	26
2.1.4 <i>Visual Merchandising</i>	29
2.1.5 <i>Store Atmosphere</i>	31
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	39
2.3.1 Hipotesis	39
2.3.2 Model Penelitian	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	43
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Desain Penelitian	43

3.3 Lokasi Penelitian.....	43
3.4 Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling	44
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	46
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.7 Teknik Analisa Data.....	57
3.7.1 Skala Pengukuran.....	57
3.7.2 Deskriptif Statistik	59
3.7.3 Uji Kualitas Data.....	59
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	61
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	63
3.7.6 Uji Hipotesis	63
BAB IV HASIL PENELITIAN	66
4.1 Profil Responden.....	66
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.1.2 Berdasarkan Usia	67
4.1.4 Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	68
4.2 Analisis Deskriptif	69
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X1).....	69
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X2).....	74
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y).	80
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	84
4.3.1 Hasil Uji Validitas	84
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	87
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	88
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	88
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	91
4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	92
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	94
4.6.1 Hasil Uji t (Parsial).....	94
4.6.2 Hasil Uji F (Simultan)	95
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	96
BAB V PEMBAHASAN HASIL	98
5.1 Pembahasan	98

5.1.1 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.	98
5.1.2 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) pada konsumen OH!SOME Duta Mall Banjarmasin.....	99
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 Duta Mall Banjarmasin.....	101
5.2 Implikasi Hasil	102
5.3 Keterbatasan Penelitian	105
BAB VI PENUTUP	106
6.1 Kesimpulan	106
6.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	109
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik IPR Hasil Survei Penjualan Eceran Bank Indonesia	2
Gambar 1.2 Perilaku Konsumen Indonesia.....	10
Gambar 1.3 <i>Visual merchandising</i> OH! SOME Duta Mall Banjarmasin	14
Gambar 1.4 <i>Visual merchandising</i> OH! SOME Duta Mall Banjarmasin	15
Gambar 1.5 <i>Store Atmosphere</i> OH! SOME Duta Mall Banjarmasin.....	16
Gambar 2.1 Model Penelitian.....	42
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram	88
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P Plot.....	89
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Gambar 5.1 Model Penelitian Akhir.....	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ritel Modern Yang Populer Di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Analisis Kompetitor OH! SOME Duta Mall Banjarmasin	6
Tabel 1.3 Hasil Pra-survei Penelitian.....	11
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	53
Tabel 3.2 Skala Likert	58
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	59
Tabel 3.4 Tabulasi Interpretasi Nilai Koefisien Korelasi	65
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan jenis Kelamin	66
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian	69
Tabel 4.5 Jawaban Responden Butir X1 Variabel <i>Visual Merchandising</i>	69
Tabel 4.6 Jawaban Responden Butir X2 Variabel <i>Store Atmosphere</i>	74
Tabel 4.7 Jawaban Responden Butir Y Variabel <i>Impulse Buying</i>	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas.....	85
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	87
Tabel 4.10 Uji Kolmogorov Smirnov	90
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas	92
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	93
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	94
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	95
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	96

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	114
Lampiran 2 Tabulasi Data	120
Lampiran 3 Output SPSS Ver 25	130
Lampiran 4.1 Sertifikat Plagiasi.....	151
Lampiran 4.2 Sertifikat TOEFL	151