

SKRIPSI

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MR. DIY DI KOTA BANJARMASIN

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

Oleh:

**HELDA NAJMI
NIM: 2110412120001**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA MR. DIY DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama : Helda Najmi
NIM : 2110412120001

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

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP.19891207201712104001

b. Penguji I

Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
NIP. 197606132006041001

c. Penguji II

Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM
NIP.197306161999031003

Banjarmasin, 10 September 2025

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

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

Ketua Pembimbing

Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
NIP.19891207201712104001

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 1973012219980210001



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 : 5054/UN8.1.13/KP.10.00/2025

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

1. Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM
2. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
3. Prof. Dr. H. Hairudinor, S.Sos, MM

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

Nama : Helda Najmi
NIM : 2110412120001
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Visual Merchandising
Terhadap Impulse Buying Pada MR. DIY di Kota
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 10 September 2025
J a m : 10.00 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, 10 September 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 disandatangan secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSN.



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 10 bulan September tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor:5054/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 10 September 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Helda Najmi
NIM : 2110412120001
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Store Atmosphere dan Visual Merchansing Terhadap Impulse Buying Pada MR. DIY di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : 80 (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 : 10 September 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Helda Najmi

1. Ketua : Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM

2. Sekretaris : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si

3. Anggota : Prof. Dr. H. Haidar, S.Sos, MM

Mengetahui/membenarkan :
Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, shalawat serta salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad SAW yang tak pernah berhenti memikirkan umatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying* pada MR. DIY di Kota Banjarmasin” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Dalam penyelesaian skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

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 Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Prof. Dr. Saladin Ghalib, MA selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Rizki Muslim Hidayat, S.AB, MM selaku Dosen Pembimbing yang

telah meluangkan waktunya dan memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Maryono, S.Sos, M.Si selaku Dosen penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan.
7. Bapak Prof. Dr.. H. Hairudinor, S.Sos, MM selaku Dosen penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan.
8. Bapak dan Ibu Dosen, Staf Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan hingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
9. Pintu surgaku, Ibunda Herliyani yang tidak mengenal waktu dalam berjuang untuk penulis, dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta doa sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
10. Ayahanda tercinta, Bapak Anang Wahyudi yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk penulis, meskipun ditengah ketidak mampuan beliau sehingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
11. Anang Helmi dan Muhammad Nizar Alkarimi, saudara kesayangan yang selalu bangga dan senantiasa memberikan semangat sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
12. Abdul Halim yang selalu mendampingi, meluangkan waktu, serta senantiasa sabar membantu dan memberikan motivasi, sehingga penulis bisa menjadi pribadi yang tangguh dan tidak mudah menyerah.
13. Melvy Ankyandrea Wati sahabat penulis yang selalu menyalurkan

kekuatan dan pertolongan dari awal persahabatan kita hingga detik ini.

14. Sahabat-sahabat penulis, Rany, Syifa, Hayati, Shinta dan Fera yang selalu menemani dan mendengarkan keluh kesah serta memberi dukungan yang luar biasa.
15. Untuk diri sendiri Helda Najmi, terimakasih telah berjuang dan berusaha keras sejauh ini, meskipun banyak rintangan yang dihadapi dari awal memutuskan untuk melanjutkan perkuliahan.
16. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

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 pembacanya.

Banjarmasin, 10 September 2025

Helda Najmi
NIM. 2110412120001

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, yang memberikan kesehatan dan kelancaran kepada saya hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Sebagai ungkapan terimakasih atas segala perjuangan saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini, saya persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang saya cintai dan saya sayangi yaitu kedua orang tua saya Ibu Herliyani dan Bapak Anang Wahyudi yang sudah membesarkan dan mendidik saya serta selalu memberikan dukungan, finansial, kasih sayang, dan selalu mendoakan hingga sekarang. Serta untuk Saudara saya Anang Helmi dan Muhammad Nizar Alkarimi yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada saya selama ini, saya ucapkan terima kasih yang tak terhingga.

Skripsi ini saya persembahkan untuk dosen pembimbing dan dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dan memberikan saran dan masukan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terima kasih untuk diri saya sendiri yang sudah telah berjuang dan berusaha keras sejauh ini. Terima kasih karena telah dapat melalui banyak rintangan yang dihadapi dari awal memutuskan untuk melanjutkan perkuliahan hingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sangat baik yang patut saya banggakan sebagai sebuah pencapaian.

“Allah’s plan are better than your dreams, and in every situation, just say Alhamdulillah”

PERNYATAAN ORISIL

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 dipublikasikan oleh 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 kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 10 September 2025

Yang membuat pernyataan


METERAI
TEMPEL
No. 162ANX130729103

Helda Najmi

NIM. 2110412120001

ABSTRAK

Helda Najmi, 2110412120001, 2025. Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Visual Merchandising* Terhadap *Impulse Buying* Pada MR. DIY di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Rizki Muslim Hidayat.

Penelitian ini dilakukan bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *store atmosphere* dan *visual merchandising* terhadap *impulse buying* pada MR. DIY di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian dipilih pada kota Banjarmasin sebanyak 96 responden yang pernah melakukan pembelian di MR. DIY Kota Banjarmasin minimal satu kali, dipilih secara *accidental sampling* sebagai responden kuesioner digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* pada MR. DIY di Kota Banjarmasin. *Visual merchandising* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *impulse buying* pada MR. DIY di Kota Banjarmasin. *Store atmosphere* dan *visual merchandising* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap *impulse buying* pada MR. DIY di Kota Banjarmasin.

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

ABSTRACT

Helda Najmi, 2110412120001, 2025. The Influence of Store Atmosphere and Visual Merchandising on Impulse Buying At MR. DIY in Banjarmasin City, under the guidance of: Rizki Muslim Hidayat.

This study was conducted to examine the partial and simultaneous influence of store atmosphere and visual merchandising on impulse buying at MR. DIY in Banjarmasin City. This research uses a quantitative approach, the research location was chosen in Banjarmasin city as many as 96 respondents who have made a purchase at MR. DIY in Banjarmasin City, were selected by accidental sampling as respondents questionnaires were used for data collection and data analysis using multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistics version 30.

The results of this study indicate that store atmosphere has a partially significant effect image on impulse buying at MR. DIY in Banjarmasin City. Visual merchandising has a partially significant effect image on impulse buying at MR. DIY in Banjarmasin City. Store atmosphere and visual merchandising simultaneously have a significant effect image on impulse buying at MR. DIY in Banjarmasin City.

Keywords: Store Atmosphere, Visual Merchandising, Impulse Buying

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	i
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	ii
KATA PENGANTAR	iv
PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISIL	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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 TINJAUAN PUSTAKA	20
2.1 Landasan Teoritis	20
2.1.1 Pemasaran	20
2.1.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	22
2.1.3 <i>Store Atmosphere</i>	24
2.1.4 <i>Visual Merchandising</i>	26
2.1.5 Perilaku Konsumen	28
2.1.6 <i>Impulse Buying</i>	32
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	41
2.3.1 Hipotesis Penelitian	41
2.3.2 Model Penelitian	44
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Pendekatan Penelitian	46

3.2	Desain Penelitian	46
3.3	Lokasi Penelitian.....	47
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling.....	47
3.5	Definisi Operasional Variabel	49
3.5.1	Variabel Independen	49
3.5.2	Variabel Dependen.....	51
3.6	Teknik Pengumpulan Data	54
3.6.1	Data Primer.....	54
3.6.2	Data Sekunder	55
3.7	Teknik Analisis Data	55
3.7.1	Skala Pengukuran	55
3.7.2	Deskriptif Statistik.....	56
3.7.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	57
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	59
3.7.5	Uji Regresi Linear Berganda	61
3.7.6	Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN		64
4.1	Profil Responden.....	64
4.1.1	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.2	Karakter Responden Berdasarkan Usia	65
4.1.3	Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.1.4	Karakter Responden Berdasarkan Penghasilan	67
4.2	Hasil Deskriptif Statistik	67
4.2.1	Deskriptif Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	68
4.2.2	Deskriptif Variabel <i>Visual Merchandising</i> (X2)	73
4.2.3	Deskriptif Variabel <i>Impulse Buying</i> (Y)	78
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	83
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	83
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	86
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	87
4.4.2	Hasil Uji Multikolinearitas	89
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	90

4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	91
4.6 Hasil Uji Hipotesis	93
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji T).....	93
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji F)	95
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	96
BAB V PEMBAHASAN	98
5.1 Pembahasan.....	98
5.1.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y)	98
5.1.2 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y) ...	99
5.1.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> (X1) dan <i>Visual Merchandising</i> (X2) Terhadap <i>Impulse Buying</i> (Y).....	101
5.2 Implikasi Hasil Penelitian	102
5.2.1 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	102
5.2.2 Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	103
5.2.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> dan <i>Visual Merchandising</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i>	104
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	106
BAB VI KESIMPULAN.....	107
6.1 Kesimpulan	107
6.2 Saran	107
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	116
BIODATA	145

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1. 1	Daftar Alamat MR. DIY di Banjarmasin.....	6
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel	52
Tabel 3. 2	Skala Likert	56
Tabel 3. 3	Rentang Kategori Jawaban Responden	56
Tabel 3. 4	Tabulasi Interpretasi Nilai r	63
Tabel 4. 1	Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2	Karakter Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3	Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
Tabel 4. 5	Deskriptif Variabel Store Atmosphere (X1).....	68
Tabel 4. 6	Deskriptif Variabel Visual Merchandising (X2).....	74
Tabel 4. 7	Deskriptif Variabel Impulse Buying (Y)	79
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas	84
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4. 10	Kolomogrov Smirnov.....	89
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinieitas.....	90
Tabel 4. 12	Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Tabel 4. 13	Hasil Uji Parsial (Uji T)	93
Tabel 4. 14	Hasil Uji T (Parsial).....	94
Tabel 4. 15	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	95
Tabel 4. 16	Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	96

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Pertumbuhan Penjualan Ritel 2022-2023.....	2
Gambar 1. 2	Pertumbuhan Gerai MR. DIY di Indonesia Tahun 2017-2024.....	4
Gambar 2. 1	Model Penelitian	45
Gambar 4. 1	Hasil Histogram.....	87
Gambar 4. 2	P-plot	88
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot.....	91
Gambar 5. 1	Hasil Akhir Model Penelitian.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Hal
LAMPIRAN I	Kuesioner Penelitian	116
LAMPIRAN II	Hasil Output SPSS Ver. 30 Statistik Deskriptif	121
LAMPIRAN III	Hasil Output SPSS Ver. 30 Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi	131
LAMPIRAN IV	Sertifikat Plagiasi	143