

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* PRODUK UNIQLO DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN MEREK UNIQLO DI DUTA MALL BANJARMASIN)

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

Oleh:

**DITI SELVIA NINDA
NIM: 2210412120010**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2026**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE* PRODUK UNIQLO DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN MEREK UNIQLO DI DUTA MALL BANJARMASIN)

- A. Nama Mahasiswa : DITI SELVIA NINDA
NIM : 2210412120010
- 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. Maryono, S.Sos., M.Si
NIP : 197606132006041001
 - b. Penguji I
Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB
NIP : 197604132000121002
 - c. Penguji II
Devi Rusvitawati, S.Pd., MM
NIP : 198902082024062001

[.....]

[.....]

[.....]

Banjarmasin, 10 Juni 2026

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing

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

Dr. Maryono, S.Sos., M.Si
NIP. 1197606132006041001

Mengetahui
Dekan FISIP UINLAM



[Signature]
[Name], S.Sos., M.Si.
NIP. 1984201999031001

SURAT TUGAS



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 1360/UN8.1.13/KP.10.00/2026

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

1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
3. Devi Rusvitawati, S.Pd, MM

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

Nama : Diti Silvia Ninda
NIM : 2210412120010
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Produk Uniqlo Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Merek Uniqlo Di Duta Mall Banjarmasin)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 19 Mei 2026
J a m : 13.30 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, 18 Mei 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).

BERITA ACARA



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 19 bulan Mei tahun 2026, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1360/UN8.1.13/KP.10.00/2026 tanggal 18 Mei 2026 untuk menguji skripsi :

Nama : Diti Selvia Ninda
NIM : 2210412120010
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image* Produk Uniqlo Dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Merek Uniqlo Di Duta Mall Banjarmasin)

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 13.30 Wita s.d Selesai
Nilai : *(33CA)*
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 : 19 Mei 2026

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Diti Selvia Ninda

1. Ketua : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
(*Maryono*)
2. Sekretaris : Dr. Setio Utomo, S.Sos, M.AB
(*Setio Utomo*)
3. Anggota : Devi Rusvitawati, S.Pd, MM
(*Devi Rusvitawati*)

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Ketua Jurusan Administrasi Bisnis,

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

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 *brand image* produk uniqlo dan *store atmosphere* terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen merek uniqlo di duta mall banjarmasin)”.

Tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat. Penyusunan Skripsi ini tidak lepas dari bimbingan serta arahan dari berbagai pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan baik secara moral maupun material, 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 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 Ketua Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB Selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat

5. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik.
 6. Bapak Dr. Maryono, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan Skripsi ini.
 7. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos., M.AB selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
 8. Ibu Devi Rusvitawati, S.Pd., MM. selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran untuk penulisan Skripsi ini.
 9. 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.
 10. Seluruh staff dan karyawan Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, yang telah membantu dalam administrasi.
 11. Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam penulisan Skripsi ini.
- Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna.

Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan.

Banjarmasin, 10 Juni
Penulis,



Diti Selvia Ninda
2210412120010

LEMBAR PERSEMBAHAN

Untuk Ayah tercinta, terima kasih atas doa dan perjuangan yang tak pernah lelah untukku. Untuk Almarhumah Ibu tercinta, meskipun engkau tidak berada di sisiku saat pencapaian ini terwujud, doa, kasih sayang, dan kenangan tentangmu selalu menjadi alasan bagiku untuk terus melangkah dan menyelesaikan perjuangan ini'

PERNYATAAN ORISINALITAS

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 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, 10 Juni 2026



Diti Selvia Ninda

NIM. 2210412120010

ABSTRAK

Diti Selvia Ninda, 2210412120010, 2026. Pengaruh *Brand image* Produk Uniqlo Dan *Store atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Merek Uniqlo Di Duta Mall Banjarmasin), di bawah bimbingan: Maryono

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh *brand image* produk UNIQLO dan *store atmosphere* signifikan secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen merek UNIQLO di Duta Mall Banjarmasin.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Sampel dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan penentuan responden menggunakan *accidental sampling*. Data dikumpulkan melalui kuisioner, kemudian dianalisis dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan *Brand image* produk UNIQLO dan *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada konsumen merek UNIQLO di Duta Mall Banjarmasin.

Kata kunci: *Brand image*, *Store atmosphere*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Diti Selvia Ninda, 2210412120010, 2026. The Influence of UNIQLO Product Brand Image and Store Atmosphere on Purchase Decisions (A Study of UNIQLO Brand Consumers at Duta Mall Banjarmasin). Supervisor: Maryono.

This study aims to determine and examine the partial and simultaneous effects of UNIQLO's product brand image and store atmosphere on purchase decisions among UNIQLO consumers at Duta Mall Banjarmasin.

The research employed a quantitative approach with a sample of 100 respondents. The sample was selected using purposive sampling, while respondents were determined through accidental sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis with SPSS version 29 software.

The results of this study indicate that, both partially and simultaneously, UNIQLO's product brand image and store atmosphere have a significant influence on purchase decisions among UNIQLO consumers at Duta Mall Banjarmasin

Keywords: *Brand Image, Store Atmosphere, Purchase Decision.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	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	22
1.3 Tujuan Penelitian	22
1.4 Manfaat Penelitian.....	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	25
2.1 Landasan Teoritis.....	25
2.1.1 Perilaku Konsumen	25
2.1.1.1 Model Perilaku Konsumen.....	26
2.1.1.2 Indikator Perilaku Konsumen.....	27
2.1.2 Keputusan Pembelian	31
2.1.2.1 Indikator Keputusan Pembelian	33
2.1.3 <i>Brand image</i>	34
2.1.3.1 Indikator <i>Brand image</i>	36
2.1.4 <i>Store atmosphere</i>	37
2.1.4.1 Indikator <i>Store atmosphere</i>	38
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	46
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	46

2.3.2 Model Penelitian	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Pendekatan Penelitian.....	50
3.2 Desain Penelitian	50
3.3 Lokasi Penelitian	51
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	51
3.4.1 Teknik Sampling	53
3.5 Definisi Operasional Variabel	53
3.5.1 Variabel Independen	54
3.5.2 Variabel Dependen	58
3.6 Teknik Pengumpulan data	62
3.7 Teknik Analisis Data.....	63
3.7.1 Skala Pengukuran.....	63
3.7.2 Deskriptif Statistik	64
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.7.5 Uji Regresi Linier Berganda	67
3.7.6 Uji Hipotesis	68
BAB IV HASIL PENELITIAN	71
4.1 Profil Responden	71
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.1.2 Berdasarkan Usia	73
4.1.3 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74
4.1.4 Berdasarkan Pekerjaan	76
4.1.5 Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian	78
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	80
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Brand image</i> (X1).....	80
4.2.2 Deskriptif Variabel <i>Store atmosphere</i> (X2).....	88
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	96
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	103
4.3.1 Uji Validitas	103
4.3.2 Uji Reliabilitas	105

4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	106
4.4.1 Hasil Uji Normalitas	106
4.4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	107
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	107
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	108
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	110
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	110
4.6.2 Uji Simultan (Uji F).....	111
4.6.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	111
BAB V PEMBAHASAN HASIL	113
5.1 Pembahasan	113
5.1.1 Pengaruh <i>Brand image</i> produk UNIQLO (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Konsumen merek UNIQLO di Duta Mall Banjarmasin	113
5.1.2 Pengaruh <i>Store atmosphere</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Pada Konsumen merek UNIQLO di Duta Mall Banjarmasin	115
5.1.3 Pengaruh <i>Brand image</i> Produk UNIQLO (X1) dan <i>Store atmosphere</i> (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Konsumen Merek UNIQLO di Duta Mall Banjarmasin.	117
5.2 Implikasi Hasil	119
5.3 Keterbatasan Penelitian	125
BAB VI PENUTUP.....	128
6.1 Kesimpulan.....	128
6.2 Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA.....	134
BIODATA PENELITI.....	170

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pertumbuhan Sektor Perdagangan di Provinsi Kalimantan Selatan	3
Tabel 1. 2	Tabel Perbandingan Produk <i>Brand</i>	4
Tabel 1. 3	Ringkasan Research gap <i>Brand image</i> dan <i>Store atmosphere</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	21
Tabel 2. 1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	60
Tabel 3. 2	Skala Likert	64
Tabel 3. 3	Rentang Jawaban Responden.....	64
Tabel 3. 4	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	70
Tabel 4. 1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
Tabel 4. 2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	73
Tabel 4. 3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	75
Tabel 4. 4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
Tabel 4. 5	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Melakukan Pembelian	78
Tabel 4. 6	Jawaban Responden Butir X1 Variabel <i>Brand image</i>	81
Tabel 4. 7	Jawaban Responden Butir X2 Variabel <i>Store atmosphere</i>	88
Tabel 4. 8	Jawaban Responden Butir Y Variabel Keputusan Pembelian	96
Tabel 4. 9	Hasil Uji Validitas.....	103
Tabel 4. 10	Hasil Uji Reliabilitas	105
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinearitas	108
Tabel 4. 12	Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	108
Tabel 4. 13	Hasil Uji Parsial (Uji T)	110
Tabel 4. 14	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	111
Tabel 4. 15	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pendapatan pasar pakaian di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Kontribusi perdagangan besar dan eceran terhadap PDB.....	2
Gambar 1. 3 Konsep <i>lifewear</i> dalam UNIQLO.....	14
Gambar 1. 4 Suasana Toko UNIQLO Duta mall banjarmasin	17
Gambar 2. 1 Model perilaku Konsumen	26
Gambar 2. 2 Model Penelitian.....	49
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	106
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	139
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	144
Lampiran 3 Hasil Output SPSS Versi 29	154