

**PENGARUH VISUAL *MERCHANDISING* TERHADAP
IMPULSE BUYING INTENTION STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK MINISO WILAYAH DIY**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh:

Steven Chorlenius Tri Bintoro

NPM : 210326480

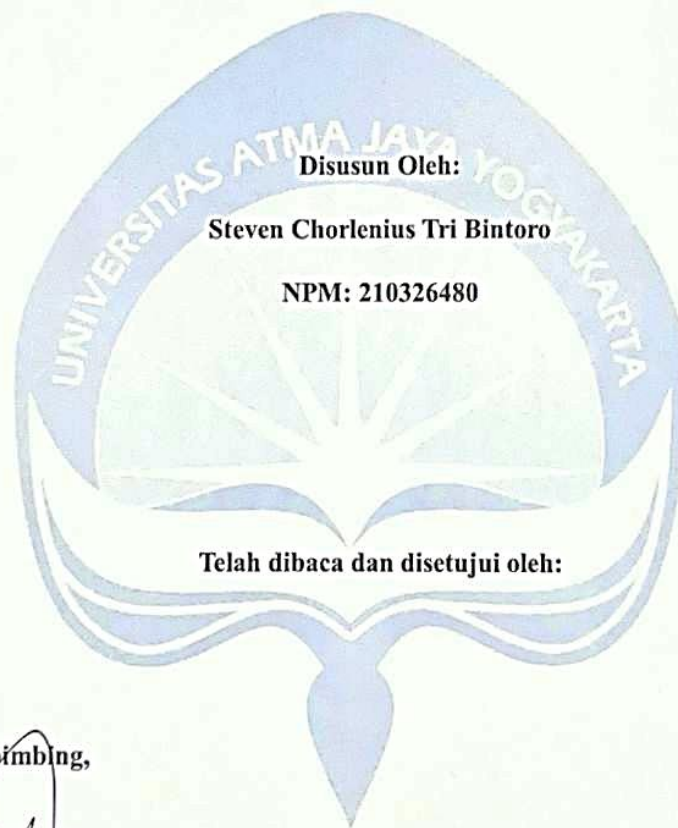
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH VISUAL *MERCHANDISING* TERHADAP
IMPULSE BUYING INTENTION STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK MINISO WILAYAH DIY**



Disusun Oleh:

Steven Chorlenius Tri Bintoro

NPM: 210326480

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "C. Jarot Priyogutomo", written over a vertical line that extends from the signature down towards the name below.

Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

10 Juni 2025

SKRIPSI
PENGARUH VISUAL MERCHANDISING TERHADAP IMPULSE BUYING
INTENTION STUDI PADA KONSUMEN PRODUK MINISO WILAYAH
DIY

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Steven Chorlenius Tri Bintoro

NPM : 21 03 26480

Telah dipertahankan di depan panitia penguji

pada tanggal 7 Juli 2025

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar sarjana manajemen
(S1)

Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji

Anggota Panitia Penguji


Nadia Nila Sari SE., MBA


Api Adyantari, SA., MBA.


Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 7 Juli 2025

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu Noviantra Krisjanti, SE., M.Sc., Ph.D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH VISUAL *MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING INTENTION* STUDI PADA KONSUMEN PRODUK MINISO WILAYAH DIY

Segala hasil, isi dan gagasan dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Saya telah secara tertulis mencantumkan referensi bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Jika di masa mendatang terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 10 juni 2025

Yang menyatakan



Steven Chorlenius Tri Bintoro

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kemurahan hati dan rahmat yang telah diberikan-Nya selama penulisan penelitian ini. Berkat Tuhan Yang Maha Esa peneliti dimampukan untuk menjalankan masa studinya dari awal semester sampai akhir semester hingga dapat menuliskan penelitian skripsi ini sebagai syarat akhir kelulusan. Penelitian dengan judul “PENGARUH VISUAL *MERCHANDISING* TERHADAP *IMPULSE BUYING INTENTION* STUDI PADA KONSUMEN PRODUK MINISO WILAYAH DIY” dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kendala dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam memberikan informasi, membimbing, menemani, memberi dukungan penuh dalam segala aspek dan mendorong untuk tetap melanjutkan penelitian skripsi ini hingga selesai, yaitu antara lain :

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, yang selalu membimbing, menemani, memberi berkat dan lindungan serta kesehatan kepada peneliti dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA. selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dalam memberikan waktu, bimbingan, dorongan, arahan, dan masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

3. Bapak Sutrisno, Ibu Sri Iswati, Agustinus Ferry Christanto. SE, Stevanus Robert Dwi Wicaksono. S.Ak, Yezica Debora Margareta, selaku anggota keluarga yang telah memberikan berkat, mendoakan, memberi semangat dan dukungan dalam segala hal baik materi maupun moral tanpa henti. Sehingga peneliti semangat penuh untuk menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan tepat waktu.
4. Pakde Fx. Sunarto dan Bude Karmila, selaku kerabat dekat yang telah memberikan semangat mendoakan , dan dukungan segala hal baik materi maupun moral tanpa henti dan juga memberikan nasihat kepada peneliti.
5. Danish Ara Putri Rofima yang sudah selalu menemani, menghibur, memberi kasih sayang dan dukungan semangat serta dukungan penuh setiap waktu kepada peneliti sampai dengan saat ini.
6. Teman-teman seperjuangan “keluarga introvert” yaitu Ananda Sunarya Barus, David Bryan Barnabas Kaha, dan Michael Yusuf Dotulong karena telah menjadi teman sejak awal masuk perkuliahan dan mampu berdinamika bersama untuk saling membantu.
7. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner pada penelitian ini.
8. Seluruh pihak yang tiak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
9. Peneliti sendiri yang telah berjuang dari awal ingga titik ini dan selalu bersyukur, semangat, serta selalu berusaha menyelesaikan apa yang telah dimulai dari awal hingga akhir.

10. Seluruh dosen, karyawan, dan staf FBE UAJY yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama empat tahun mengemban ilmu di FBE Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
11. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu dan berdinamika bersama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari awal masa perkuliahan hingga peneliti mampu menyelesaikan masa studinya.

Akhir kata, demikian penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sekian yang dapat peneliti sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, peneliti ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 10 juni 2025

Peneliti



Steven Chorlenius Tri Bintoro

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5 Batasan Penulisan	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran Visual <i>Merchandising</i>	12
2.1.2 Pencahayaan (<i>lighting</i>).....	14
2.1.3 Tata Letak (<i>layout</i>)	16
2.1.4 Tampilan Etalase (<i>window display</i>).....	18
2.1.5 Niat pembelian impulsif (<i>impulse buying intention</i>)	21
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Gambar Metode Penelitian.....	27
2.4 Pengembangan Hipotesis	27
2.4.1 Pencahayaan (<i>Lighting</i>) dan Niat Beli Impulsif	27
2.4.2 Tata Letak Toko (<i>Layout</i>) dan Niat Beli Impulsif.....	28
2.4.3 Tampilan Etalase (<i>Window Display</i>) dan Niat Beli Impulsif.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Sampel penelitian	32
3.3.1 <i>Metode Sampling</i>	32
3.4 Variabel Penelitian.....	34
3.5 Metode Pengumpulan Data	34
3.6 Defenisi Operasional.....	36
3.7 Metode Analisa Data	37
3.7.1 Statistik Deskriptif.....	37
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.7.3 Uji Validitas	39
3.8 Uji Hipotesis.....	40
3.7.1 Uji Regresi Linear Berganda.....	40
3.7.2 Koefisien Determinasi	41
3.7.3 Uji F	41
3.7.4 Uji T.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Profil Responden	43
4.1.1 Analisis Demografi Responden.....	43
4.1.2 Analisis Responden Berdasarkan Pertanyaan <i>Filter</i> Kuesioner.....	51
4.2 Uji Instrument Penelitian	55
4.2.1 Statistik Deskriptif.....	55
4.2.2 Uji Validitas	64
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	67
4.3 Pengujian Hipotesis	68
4.4 Pembahasan.....	71
4.4.1 Pengaruh <i>lighting</i> terhadap <i>impulse buying intention</i>	71
4.4.2 Pengaruh <i>layout</i> terhadap <i>impulse buying intention</i>	74
4.4.3 Pengaruh <i>windows display</i> terhadap <i>impulse buying intention</i>	76
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Deskriptif	80
5.3 Kesimpulan Berdasarkan Analisis Hipotesis Penelitian	81

5.4	Implikasi Manajerial	82
5.5	Kelemahan Penelitian	84
5.6	Saran Penelitian	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN		91

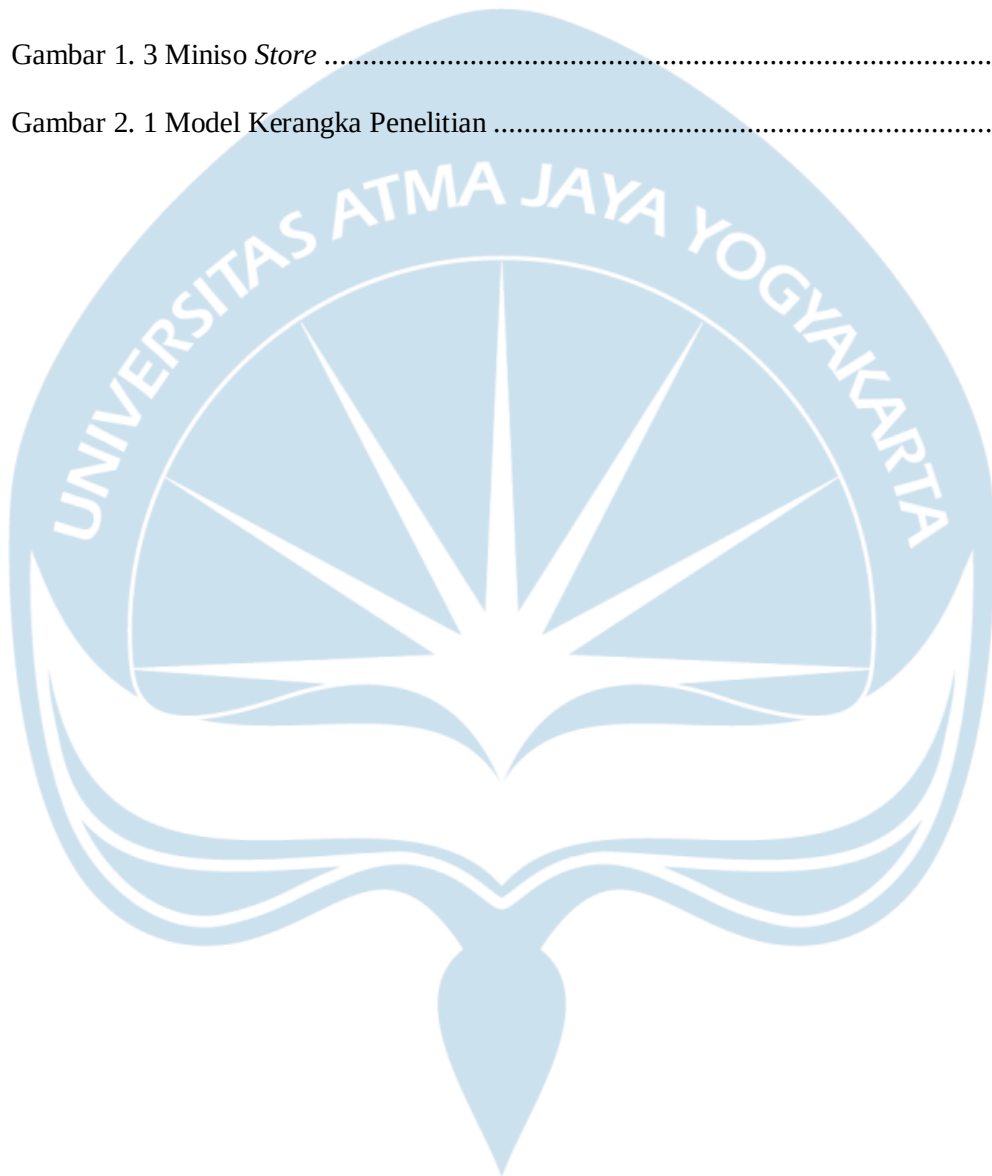


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>	35
Tabel 3. 2 Defenisi Operasional.....	36
Tabel 3. 3 Penentuan Tinggi Rendahnya Mean	38
Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 2 Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4. 5 Pertanyaan <i>Filter</i> Pertama.....	52
Tabel 4. 6 Pertanyaan <i>Filter</i> Kedua	53
Tabel 4. 7 Pertanyaan <i>Filter</i> Ketiga	54
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Deskriptif Pada Responden Variabel <i>Lighting</i>	57
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Deskriptif Responden pada Variabel <i>Layout</i>	59
Tabel 4. 10 Hasil Deskriptif Responden pada Variabel <i>Window Display</i>	61
Tabel 4. 11 Hasil Deskriptif Responden pada Variabel <i>Impulse Buying Intention</i>	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi	69
Tabel 4. 15 Hasil Uji F	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	70

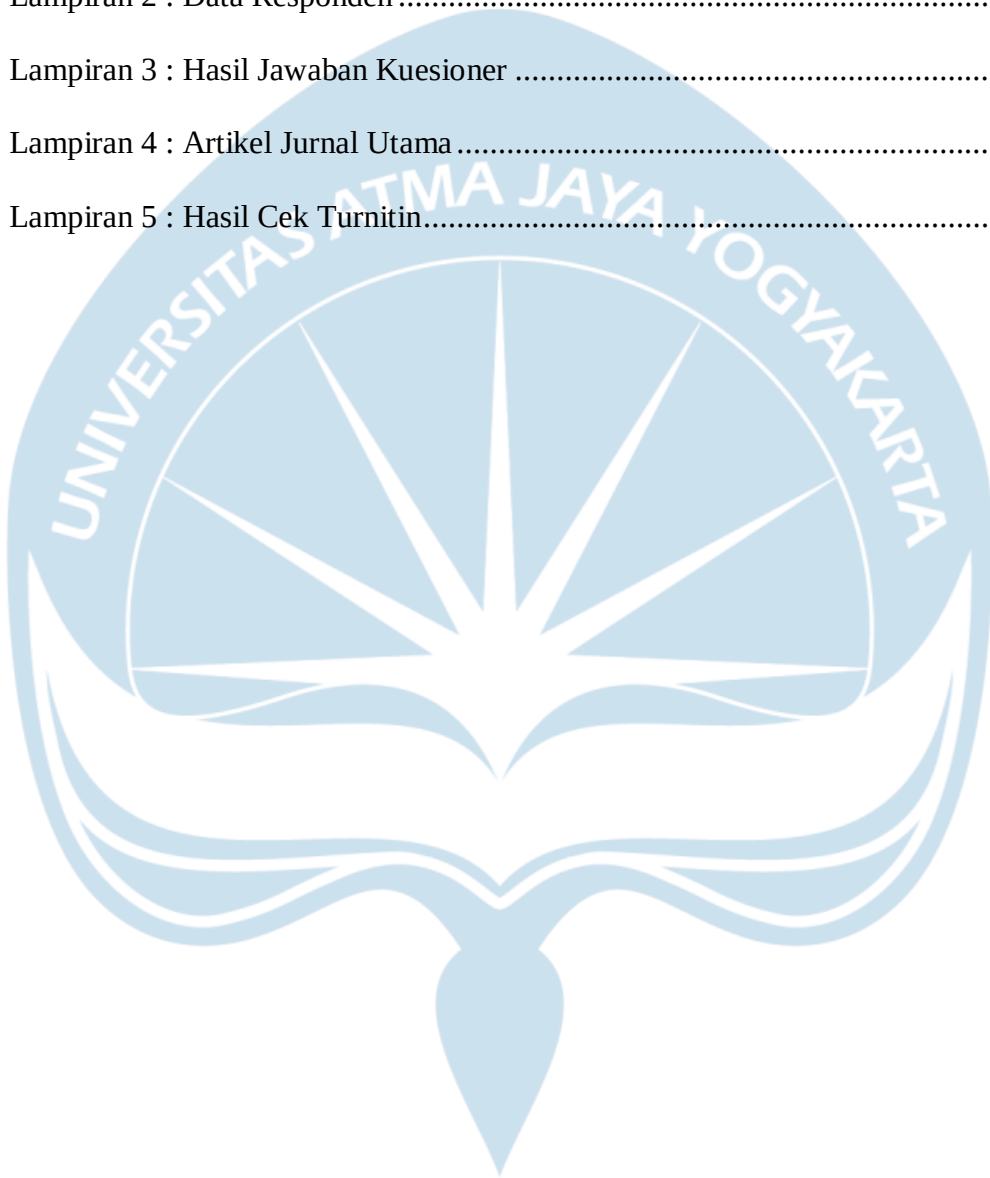
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Perekonomian Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Ritel Indonesia	3
Gambar 1. 3 Miniso Store	5
Gambar 2. 1 Model Kerangka Penelitian	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 : Data Responden	106
Lampiran 3 : Hasil Jawaban Kuesioner	121
Lampiran 4 : Artikel Jurnal Utama	144
Lampiran 5 : Hasil Cek Turnitin.....	160



**PENGARUH VISUAL *MERCHANDISING* TERHADAP
IMPULSE BUYING INTENTION STUDI PADA KONSUMEN
PRODUK MINISO WILAYAH DIY**

Steven Chorlenius Tri Bintoro

Drs. C. Jarot Priyogutomo,. MBA

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh visual *merchandising* terhadap *impulse buying intention* studi pada konsumen produk Miniso wilayah DIY. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat wilayah DIY. Sedangkan sampel yang digunakan yaitu sebanyak 153 responden yang diperoleh dari alat pengambilan data berupa kuesioner *Google Form*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non- probability*, yaitu teknik *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 point. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0. Hasil penelitian ini menemukan bahwa *lighting, layout, window display* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying intention* konsumen Miniso DIY.

Kata kunci : *Visual merchandising, lighting, layout, window display, impulse buying intention*