



*Unipa Surabaya*  
(Huda, 2017)

UNIVERSITAS  
PGRI ADI BUANA  
SURABAYA

SKRIPSI

**Pengaruh *Visual Merchandising, Promotion, Store Atmosphere* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen (Studi Kasus Konsumen Indomaret Sawunggaling)**

Arie Sasmito  
181500127

Dosen Pembimbing  
Bisma Arianto, S.E., M.M

PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN  
BISNIS 2022

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING*,  
*PROMOTION, STORE ATMOSPHERE* TERHADAP  
PERILAKU *IMPULSE BUYING* KONSUMEN**

**(STUDI KASUS KONSUMEN INDOMARET  
SAWUNGGALING)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

**ARIE SASMITO  
NIM: 181500127**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI  
DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
2022**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising, Promotion, Store Atmosphere* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen (Studi Kasus Konsumen Indomaret Sawunggaling)

#### Identitas Mahasiswa

a. Nama : Arie Sasmito  
b. NIM : 181500127  
c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018  
d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji  
:

Tanggal : 08 Agustus 2022

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing,



Bisma Arianto, S.E., M.M.  
NPP : 1302663/DY

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Visual Merchandising, Promotion, Store Atmosphere* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen (Studi Kasus Konsumen Indomaret Sawunggaling)

### Identitas Mahasiswa

- a. Nama : Arie Sasmito
- b. NIM : 181500127
- c. Program Studi : S-1 Manajemen 2018
- d. Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
- e. Alamat e-mail : ariesasmito90@gmail.com



Surabaya, 12 September 2022  
Dosen Pembimbing

Bisma Arianto, S.E., M.M.  
NPP : 1302663/DY

Mengetahui,  
Dekan

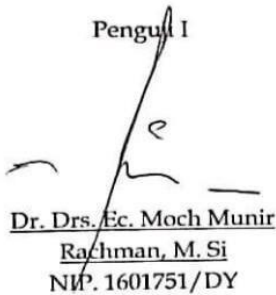
Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM.  
NPP: 0709494/DY

## BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Skripsi ini diterima dan disetujui Oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adibuana Surabaya:


Pada Hari : Kamis  
Tanggal : 11 Agustus  
Tahun : 2022

Penguji I



Dr. Drs. Ec. Moch Munir  
Rachman, M. Si  
NIP. 1601751/DY

Penguji II



Drs. Sugijanto, M. Ak  
NIP. 0501487/DY

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Arie Sasmito

NIM : 181500127

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian (skripsi) saya dengan judul : “Pengaruh *Visual Merchandising, Promotion, Store Atmosphere* Terhadap Perilaku *Impulse Buying* Konsumen (Studi Kasus Konsumen Indomaret Sawunggaling)” yang saya usulkan dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Tahun Akademik 2021/2022 bersifat original.

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidak sesuaian dengan pernyataan ini (ditemukan unsur plagiasi), maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Surabaya, 8 Agustus 2022



Arie Sasmito

NIM : 181500127

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT dengan segala limpahan petunjuk dan bimbingan yang telah diberikan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "*Pengaruh Visual Merchandising, Promotion, Store Atmosphere Terhadap Perilaku Impulse Buying Konsumen (Studi Kasus Konsumen Indomaret Sawunggaling)*".

Selama proses pengerjaan penulisan hingga sampai dititik terselesainya skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan motivasi , pembelajaran serta dukungan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Dr. M. Subandowo, MS., selaku Rektor Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
2. Tony Susilo Wibowo, SE.,M.Pd.,M.SM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
3. I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
4. Bisma Arianto, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, pembelajaran dan membantu selama proses pengerjaan dalam menyusun skripsi ini.
5. Bapak/Ibu karyawan dari Indomaret Sawunggaling
6. Kedua orang tua dalam memberi dukungan dan doa demi kesuksesan serta kelancaran dalam segala hal yang saya lakukan terutama dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Untuk teman saya Hafid, akbar, bagus yang selalu memberikan masukan serta dukungan dalam proses pengerjaan skripsi.

8. Serta semua pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan atas kritik dan saran dari pembaca yang akan mejadikan pedoman untuk mengerjakan penelitian dikemudian hari agar lebih sempurna. Peneliti juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 8 Agustus  
2022

Peneliti,

Arie Sasmito



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas takdirmu saya bisa menyelesaikan skripsi yang sebagai tugas akhir saya dengan tepat waktu.

Dengan saya persembahkan karya ini untuk kedua orang tua saya. Untuk Bapak terima kasih telah sabar mendidik, memberikan kasih sayang, memberi semangat dan doa, dan untuk perjuangannya menjadikan saya seperti ini. Lalu untuk Ibu terima kasih atas doa dan kasih sayang yang telah diberikan.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada seluruh Bapak/Ibu dosen dan *staff* Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya yang telah membantu kelancaran administrasi yang dibutuhkan.

Dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta untuk semua bapak/ibu karyawan Indomart Sawunggaling di Sidoarjo yang telah menerima saya untuk melakukan penelitian ini.

Ucapan terima kasih saya sampaikan untuk teman-teman, terutama teman-teman dekat saya dan teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian dan kenangan yang telah diberikan selama ini.

### “MOTTO”

**“Kamu Tidak Harus Menjadi Hebat Untuk Memulai, Tetapi  
Kamu Harus Mulai Untuk Menjadi Hebat”**

## ABSTRACT

*Competition in the retail world is very tight, especially in Indonesia, the high value of consumers' needs for basic needs makes a high demand. With the intense competition, consumers are given many options for various kinds of store choices that lead to consumer behavior. This study aims to determine the effect of Visual Merchandising, Promotion and Store Atmosphere on the emergence of consumer behavior, namely Impulse Buying. This study uses quantitative research by taking samples from consumers who have made transactions at Indomaret Sawunggaling as respondents. This study uses a non-probability sampling approach with the accidental sampling technique. In taking samples using a questionnaire that was scored on a Likert scale. This study involved 120 respondents who were taken from consumers of Indomaret Sawunggaling. This study got a result which shows that Visual Merchandising, Promotion and Store Atmosphere partially have a significant effect on Impulse Buying and have a simultaneous effect.*

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

## ABSTRAK

Persaingan dalam dunia ritel sangatlah ketat terutama di Indonesia, tingginya nilai kebutuhan para konsumen akan kebutuhan pokok membuat tingginya suatu permintaan. Dengan ketatnya persaingan tersebut membuat konsumen diberikan banyak opsi akan berbagai macam pilihan toko yang menimbulkan adanya perilaku konsumen. Dalam penelitian kali ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Visual Merchandising*, *Promotion* dan *Store Atmosphere* terhadap munculnya perilaku konsumen yaitu *Impulse Buying*. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan pengambilan sampel dari konsumen yang telah melakukan transaksi di Indomaret Sawunggaling yang dijadikan responden. penelitian ini menggunakan pendekatan *non-probability sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*. Pengambilan sampel menggunakan kuesioner yang diberi skor pada skala Likert. Penelitian ini melibatkan 120 responden yang diambil dari konsumen Indomaret Sawunggaling. Penelitian ini mendapat suatu hasil dimana menunjukkan jika *Visual Merchandising*, *Promotion* dan *Store Atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *Impulse Buying* dan berpengaruh secara simultan.

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

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	viii
ABSTRACT .....	ix
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
<small>BAB I</small> .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
<small>BAB II</small> .....	7
TELAAH PUSTAKA.....	7
2.1. Penelitian Terdahulu .....	7
2.2. Landasan Teori .....	14
2.2.1 Pengertian Visual Merchandising .....	14
2.2.2 Pengertian Promotion.....	16
2.2.3 Pengertian Store Atmosphere .....	19
2.2.4 Pengertian Impulse Buying .....	23
2.3. Kerangka Berpikir .....	26
2.4. Hipotesis .....	27

BAB III .....	29
METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian .....	29
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.2.1 Populasi .....	32
3.2.2 Sampel .....	32
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	34
3.3.1 Jenis Data .....	34
3.3.2 Sumber data .....	34
3.4 Teknik Pengambilan Data .....	35
3.4.1 Prosuder Pengumpulan Data .....	35
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.3 Lokasi Penelitian .....	37
3.4.4 Waktu Penelitian.....	37
3.5 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel... 37	
3.6 Teknik Analisis Data .....	41
3.6.1 Instrumen Pengujian Penelitian .....	41
3.6.1.1 Uji Validitas.....	41
3.6.1.2 Uji Realiabilitas .....	41
3.6.2 Pengujian Asumsi Klasik .....	42
3.6.3 Analisa Regresi Linear Berganda .....	44
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	44
BAB IV .....	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	47
4.1 Hasil Penelitian .....	47
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	47
4.2 Karakteristik Responden .....	48
4.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.3.1 Penilaian Responden Terhadap Butir Pernyataan 48	
4.3.1.1 Variabel <i>Visual Merchandising</i> .....	48

4.3.1.2	Variabel <i>Promotion</i> .....	49
4.3.1.3	Variabel <i>Store Atmosphere</i> .....	50
4.3.1.4	Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	50
4.4	Analisis Data Penelitian .....	51
4.4.1	Persiapan Analisis Data.....	51
4.4.2	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian .....	52
4.4.2.1	Uji Validitas .....	52
4.4.2.2	Uji Reliabilitas .....	53
4.4.3	Uji Asumsi Klasik .....	54
4.4.3.1	Uji Normalitas .....	54
4.4.3.2	Uji Multikolinieritas .....	55
4.4.3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.4.3.4	Uji Autokorelasi .....	57
4.4.4	Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
4.4.5	Hipotesis Penelitian .....	60
4.4.5.1	Uji t .....	60
4.4.5.2	Uji F .....	61
4.4.6	Pembahasan Hasil Penelitian .....	62
4.4.6.1	Pengaruh <i>Visual Merchandising</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> .....	62
4.4.6.3	Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse</i> <i>Buying</i> .....	63
4.4.6.4	Pengaruh <i>Visual Merchandising, Promotion</i> Dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap <i>Impulse Buying</i> ....	63
BAB V	.....	65
SIMPULAN DAN SARAN	.....	65
5.1	Simpulan .....	65
5.2	Saran .....	66
DAFTAR PUSTAKA	.....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....	26
Gambar 3. 1 Rancangan Penelitian.....	31
Gambar 4. 1 Uji Heteroskedastisitas Scatterplot.....	56

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Skala Likert.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia .....	48
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Visual Merchandising (X1) .....	48
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Promotion (X2) .....	49
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Store Atmosphere (X3) .....	50
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Impuls Buying (Y) .....	50
Tabel 4. 6 Tabel Uji Validitas .....	52
Tabel 4. 7 Tabel Uji Reliabilitas .....	54
Tabel 4. 8 Tabel Uji Normalitas .....	54
Tabel 4. 9 Tabel Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4. 10 Tabel Uji Autokorelasi .....	57
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linier Berganda .....	58
Tabel 4. 12 Pengujian Uji t .....	60
Tabel 4. 13 Hasil Pengujian Uji F.....	61



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian
  - Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi
  - Lampiran 3 : Berita Acara Proposal
  - Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Skripsi
  - Lampiran 5 : Surat Bebas Plagiasi
  - Lampiran 6 : Kuesioner Penelitian
  - Lampiran 7 : Tabulasi Data
  - Lampiran 8 : Tabel Frekuensi Jawaban Responden
  - Lampiran 9 : Uji Validitas
  - Lampiran 10 : Uji Reabilitas
  - Lampiran 11 : Uji Asumsi Klasik
  - Lampiran 12 : Analisis Linear Berganda
  - Lampiran 13: Uji Hipotesis
-