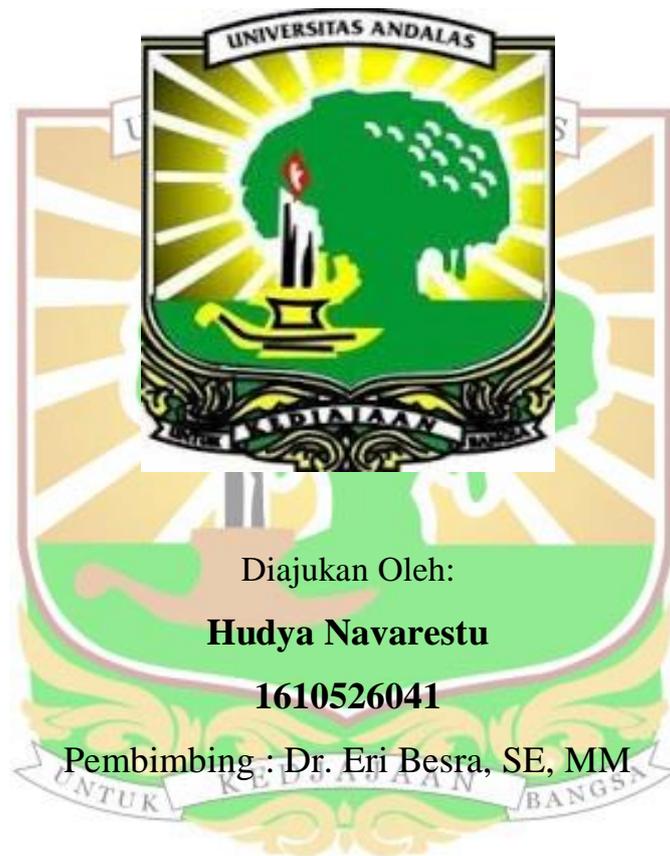


“Pengaruh *Visual Merchandising*, *Store Atmosphere*, dan Harga terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Miniso Store Plaza Andalas Padang”

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program S1 Jurusan
Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas



Diajukan Oleh:

Hudya Navarestu

1610526041

Pembimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN INTAKE D3

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2018



No. Alumni Universitas :	HUDYA NAVARESTU	No. Alumni Fakultas :
--------------------------	------------------------	-----------------------

a). Tempat / Tgl Lahir : Padang/ 8 Juni 1993, b). Nama Orang Tua : Arifin dan Mursyita, c). Fakultas : Ekonomi, d). Jurusan : Manajemen, e). No Bp : 1610526041, f). Tanggal Lulus: 08 Oktober 2018, g). IPK : 3,40 h). Prediksi Kelulusan : Sangat Memuaskan, i). Lama Studi : 2 Tahun 2 Bulan, j). Alamat Orang Tua : Mitra Utama II Banuaran Nan XX Blok H2 No.10 Kecamatan Lubeg Kota Padang

Pengaruh *Visual Merchandising*, *Store Atmosphere*, dan Harga Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen Miniso Store Plaza Andalas Padang

Skripsi S1 oleh : Hudya Navarestu
Pembimbing: Dr. Eri Besra, SE, MM

ABSTRAK

Kemajuan ekonomi di beberapa negara di seluruh dunia, telah memberikan dampak berkembangnya dunia bisnis secara global, salah satunya adalah perusahaan ritel modern. Secara umum ritel di Indonesia terbagi dua macam yaitu, ritel tradisional dan ritel modern. Pada ritel modern, konsumen berbelanja lebih kepada *self service* yakni konsumen memilih barang sendiri tanpa dipengaruhi oleh penjual, selain itu didukung oleh tampilan, atmosfer dan harga produk dari sebuah ritel, maka nantinya akan muncul pembelian impulsif pada toko ritel. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *visual merchandising*, *store atmosphere* dan harga terhadap *Impulse Buying* pada konsumen Miniso Store Plaza Andalas Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada 100 orang responden. Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *non probability sampling* dan *purposive sampling* dengan program SPSS 20.0. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa variabel *visual merchandising*, *store atmosphere*, dan harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *impulse buying*. Nilai koefisien determinasi menghasilkan nilai sebesar 0,685, hal ini berarti kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen sebesar 68,5% sedangkan sisanya 31,5% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

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

Skripsi ini telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 8 Oktober 2018. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dr. Eri Besra, SE, MM	Ma'ruf, SE, M.Bus, M.Phil, DBA	Dra. Yanti, MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Verinita, SE., M.Si
NIP : 197208262003122004

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas dan Mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan