

**Pengaruh *Store Environment* dan *Visual Merchandising* terhadap *Impulse Buying* dengan *Positive Emotion* sebagai Variabel Mediasi  
(Survei pada Konsumen Toko Miniso di Kota Padang)**

**SKRIPSI**

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



**Diajukan oleh:**

**Dendy Benandza**

**1710522068**

**Pembimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM**

**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2021**



No. Alumni Universitas

**Dedy Benandza**

No. Alumni Fakultas

a) Tempat/Tgl Lahir: Padang/ 15 September 1999 b) Nama Orang Tua: Dr. Ir. Benny Warman Ramli., MP c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No Bp: 1710522068 f) Tanggal Lulus: 01 November 2021 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK: 3,72 i) Lama Studi: 4 Tahun 2 Bulan j) Alamat Orang Tua: Komp. Jondul III Blok A No 3, Kelurahan Bungo Pasang, Kecamatan Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat.

**Pengaruh Store Environment dan Visual Merchandising Terhadap Impulse Buying dengan Positive Emotion sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Toko Miniso di Kota Padang)**

*Skripsi oleh Dedy Benandza*  
Pembimbing : Dr. Eri Besra, SE, MM

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store environment* dan *visual merchandising* terhadap *impulse buying* dengan *positive emotion* sebagai *variable mediasi* pada konsumen toko miniso di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan SmartPLS dengan sampel sebanyak 120 orang yang merupakan konsumen toko miniso di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan *store environment* dan *visual merchandising* berpengaruh positif terhadap *positive emotion*, lalu *visual merchandising* dan *positive emotion* berpengaruh positif terhadap *impulse buying* tetapi *store environment* tidak berpengaruh terhadap *impulse buying*. Selanjutnya *Positive emotion* memediasi hubungan antara *Store environment* dan *impulse buying*, lalu *positive emotion* memediasi hubungan antara *visual merchandising* dan *impulse buying*.

**Kata Kunci :** *Store environment, Visual Merchandising, Positive Emotion dan Impulse Buying*

Skripsi telah dipertahankan di depan seminar hasil skripsi dan dinyatakan lulus pada tanggal 01 November dengan pembimbing dan penguji :

	1.	2.	3.
Tanda Tangan			
Nama Terang	Dr. Eri Besra, SE, MM	Dra. Yanti, MM	Dr. Alfitman, SE, M.Sc

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen

Hendra Lukito, SE, MM, Ph.D  
NIP. 197106242006041007



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

