

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE
ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
MINISO MALL TUNJUNGAN PLAZA**

SKRIPSI



OLEH:

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN

NPM. 21042010059

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

**PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE*
ATMOSPHERE TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN
MINISO MALL TUNJUNGAN PLAZA**

SKRIPSI



OLEH:

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN

NPM. 21042010059

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**"PENGARUH QUALITY PRODUCT, DISPLAY PRODUCT DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING PADA KONSUMEN MINISO MALL
TUNJUNGAN PLAZA"**

Disusun Oleh:

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN

NPM. 21042010059

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**


R. Yuniardi Rusdianto, M.Si

NIP. 197206132021211003

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK**


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN MINISO MALL TUNJUNGAN PLAZA

Disusun Oleh:

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN
NPM. 21042010059

Telah dipertahankan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan Administrasi
Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" Jawa Timur
Tanggal 9 Januari 2026

PEMBIMBING UTAMA


R. Yuniardi Rusdianto, M.Si
NIP. 197206132021211003

TIM PENGUJI

1. Ketua


Nurul Azizah, M.AB
NIP. 199105012024062001

2. Sekretaris


Sumainah Fauziah, M.AB
NIP. 199312072022032015

3. Anggota


R. Yuniardi Rusdianto, M.Si
NIP. 197206132021211003

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Irfan Ramadhan
NPM : 21042010059
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 7 Januari 2026
Yang membuat pernyataan



M. Irfan Ramadhan
21042010059

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya. Penulis ucapkan termia kasih kepada Ibu Lia Nirawati. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberi waktunya bagi penulis dalam kondisi apapun untuk memberikan saran, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Proposal ini dengan judul “Pengaruh *Quality Product*, *Display Product* Dan *Store Atmosphere* Terhadap *Impulse Buying* Pada Konsumen *Miniso Mall* Tunjungan Plaza”. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud dengan baik dan maksimal tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan kerendahaan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A., M.M selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.
4. Dua orang yang paling berjasa dalam hidup penulis, seseorang yang penulis sebut Ayah, Joenianto dan seorang yang penulis sebut Ibu, Wiwin Winaningsih.
5. Segenap teman-teman Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Budaya dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2021. Terima kasih atas pengalaman dan semangatnya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan dalam penulisan penelitian ini baik dari segi teknis dan penyusunannya. Untuk itu dengan tangan terbuka penulis menerima masukan kritik dan saran demi

perbaikan penelitian ini. Penulis juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

Surabaya, 12 Januari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	vi
ABSTRAK	1
ABSTRACT	2
1 BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 <i>Impulse Buying</i>	23
2.2.3 <i>Quality Product</i>	27
2.2.4 <i>Display Product</i>	31
2.2.5 <i>Store Atmosphere</i>	34
2.3 Kerangka Berpikir	41
2.4 Hipotesis.....	44
3 BAB III METODE PENELITIAN.....	45

3.1 Jenis Penelitian.....	45
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	45
3.2.1 Definisi Operasional	45
3.2.2 Pengukuran Variabel.....	49
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	50
3.3.2 Populasi	50
3.3.3 Sampel.....	52
3.3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.2 Sumber Data.....	53
3.4.3 Jenis Data	54
3.4.4 Teknik Pengumpulan Data.....	54
3.5 Teknik Analisis Pengujian Kuesioner	55
3.5.2 Uji Validitas	55
3.5.3 Uji Reliabilitas	56
3.5.4 Uji Asumsi Klasik.....	57
3.5.5 Uji Normalitas	57
3.5.6 Analisis Regresi Liner Berganda.....	59
3.5.7 Uji Hipotesis	59
3.6 Waktu Penelitian	61
4 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	63
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	63
4.1.2 Logo Miniso	64

4.1.3	Visi dan Misi Miniso.....	64
4.2	Penyajian Data.....	65
4.2.1	Data Responden	65
4.2.2	Analisis Deskriptif Jawaban Responden.....	68
4.3	Uji Instrumen Penelitian.....	73
4.3.1	Uji Validitas	73
4.3.2	Uji Reliabilitas	76
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	78
4.4.1	Uji Normalitas	78
4.4.2	Uji Multikolinearitas	80
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	82
4.5	Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	84
4.6	Hasil Uji Hipotesis	87
4.7	Uji Simultan (Uji F)	91
4.8	Koefisien Determinasi	94
4.9	Pembahasan	97
4.9.1	Quality Product (X_1), Display Product (X_2), dan Store Atmosphere (X_3) memiliki pengaruh secara simultan terhadap Impulse Buying (Y).....	97
4.9.2	Quality Product (X_1) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Impulse Buying (Y)	98
4.9.3	Display Product (X_2) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Impulse Buying (Y)	99
4.9.4	Store Atmosphere (X_3) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Impulse Buying (Y)	101
BAB V PENUTUP.....		103

4.1	Kesimpulan.....	103
4.2	Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1 Logo Miniso	64
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	80
Gambar 4.3 Visualisasi Uji Glejser	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Lokasi Gerai Miniso di Surabaya pada September 2022	5
Tabel 1.2 Tingkatan Gerai Aksesoris Tahun 2021 – 2022.....	6
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	50
Tabel 3.3 Jumlah Transaksi Miniso Mall Tunjungan Plaza.....	51
Tabel 3.4 Kriteria Pengukuran Reliabilitas	56
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	68
Tabel 4.5 Skor Variabel Quality Product	68
Tabel 4.6 Skor Variabel Display Product	70
Tabel 4.7 Skor Variabel Store Atmosphere.....	71
Tabel 4.8 Skor Variabel Impulse Buying.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas	77
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4.13 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji t	88
Tabel 4.16 Hasil Uji F	92
Tabel 4.17 Koefisien Determinasi	95

ABSTRAK

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN, PENGARUH *QUALITY PRODUCT*, *DISPLAY PRODUCT* DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA KONSUMEN MINISO MALL TUNJUNGAN PLAZA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, display produk dan suasana toko terhadap Pembelian secara tiba tiba pada konsumen miniso mall tunjungan plaza. Di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif, menjaga kestabilan kualitas,penataan ruang yang baik dan menciptakan suasana toko yang nyaman menjadi strategi penting dalam membangun loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 104 responden yang merupakan pelanggan Miniso Tunjungan. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, penataan produk dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian secara tiba tiba. Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap pembelian tiba tiba. Penataan produk berpengaruh signifikan terhadap Pembelian tiba-tiba. Kemudian suasana toko berpengaruh signifikan terhadap Pembelian tiba-tiba.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Penataan Produk, Suasana Toko, Pembelian secara tiba-tiba

ABSTRACT

MUHAMMAD IRFAN RAMADHAN, *THE EFFECT QUALITY PRODUCT, DISPLAY PRODUCT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP IMPULSE BUYING ON CUSTOMER AT MINISO MALL TUNJUNGAN PLAZA.*

This study aims to determine and analyze the influence of product quality, product display, and store atmosphere on impulse buying among consumers at Miniso Tunjungan Plaza. Amidst increasingly competitive business competition, maintaining quality stability, effective spatial arrangement, and creating a comfortable store atmosphere are essential strategies for building customer loyalty. This research employs a quantitative method with a survey approach. Data were obtained through the distribution of questionnaires to 104 respondents who are customers of Miniso Tunjungan Plaza. The analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that simultaneously, product quality, product display, and store atmosphere have a significant effect on impulse buying. Partially, product quality does not have a significant effect on impulse buying. However, product display has a significant effect on impulse buying. Furthermore, store atmosphere also has a significant effect on impulse buying.

Keywords: Quality Product, Display Product, Store Atmosphere, Impulse Buying.