

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, KERAGAMAN PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA MINISO STORE LIPPO PLAZA MALL SIDOARJO

SKRIPSI



Oleh :

RIKAH NUR WIDIYANTI
NPM. 22042010035

**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 *STORE ATMOSPHERE*, KERAGAMAN PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP *IMPULSIVE BUYING* PADA MINISO STORE
LIPPO PLAZA MALL SIDOARJO**


Disusun Oleh:

RIKAH NUR WIDIYANTI
NPM. 22042010035

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

Pembimbing Utama


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP.196407291990032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN


**PENGARUH STORE ATMOSPHERE, KERAGAMAN PRODUK, DAN PROMOSI
TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MINISO STORE
LIPPO PLAZA MALL SIDOARJO**

Oleh :

Rikah Nur Widiyanti
NPM. 22042010035


Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, Dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Pada
tanggal 22 Mei 2026

Pembimbing Utama



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Tim Penguji:

1. Ketua


Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris



Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

3. Anggota


Indah Respati Kusumasari, S.Sos., M.Si
NIP. 198604172020122007

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rikah Nur Widiyanti
NPM : 22042010035
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir (Skripsi) Tesis/Disertasi* 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, 21 Mei 2026
Yang Membuat pernyataan



Rikah Nur Widiyanti
NPM.22042010035

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan karunia dan petunjuk-Nya serta memudahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Promosi terhadap *Impulsive Buying* pada Miniso Store Lippo Plaza Mall Sidoarjo”**. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan pengarahan, saran, dan dukungan hingga skripsi ini dapat tersusun dengan baik, serta kepada semua pihak yang berperan dalam proses penyusunan skripsi ini, diantaranya:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN Veteran Jawa Timur.
2. Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.
3. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang senantiasa memberikan bimbingan dan dukungan kepada penulis.
4. Kedua orang tua beserta saudara penulis yang terus memberikan kasih, doa, dan dukungan sejak awal hingga penulis sampai pada titik ini.
5. Seluruh Teman – teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2022 UPN Veteran Jawa Timur

Penulis sangat menyadari kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk memperbaiki penulisan skripsi ini.

Dengan segala keterbatasan yang ada, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi pembaca pada umumnya maupun bagi penulis pada khususnya.

Surabaya, 11 Maret 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	22
2.2.3 Perilaku Konsumen	24
2.2.4 <i>Store Atmosphere</i>	26
2.2.5 Keragaman Produk.....	27
2.2.6 Promosi	28
2.2.7 <i>Impulsive Buying</i>	29
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	31
2.4 Kerangka Berpikir.....	32
2.5 Hipotesis.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Jenis Penelitian.....	35

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	35
3.2.1 Definisi Operasional.....	35
3.3 Pengukuran Variabel	40
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	42
3.4.1 Populasi.....	42
3.4.2 Sampel.....	43
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.5.1 Jenis Data	45
3.5.2 Sumber Data.....	46
3.5.3 Pengumpulan Data	46
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas	48
3.6.3 Analisis Uji Asumsi Klasik	50
3.6.4 Analisis Linier Berganda.....	54
3.6.5 Uji Hipotesis	54
3.6.6 Analisis Koefisien Determinasi.....	58
3.7 Jadwal Penelitian.....	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Objek Penelitian	61
4.1.1 Profil Objek Penelitian.....	61
4.1.2 Logo Miniso	63
4.1.3 Visi dan Misi Miniso	63
4.2 Penyajian Data	64
4.2.1 Data Responden	64
4.2.2 Analisis Deskriptif Jawaban Responden	67
4.3 Uji Instrumen Penelitian	73
4.3.1 Uji Validitas.....	73
4.3.2 Uji Reliabilitas	75
4.4 Uji Asumsi Klasik	75

4.4.1 Uji Normalitas	75
4.4.2 Uji Multikolinieritas	77
4.4.3 Uji Heterokedastisitas	78
4.4.4 Uji Autokorelasi	79
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	80
4.6 Uji Hipotesis	82
4.6.1 Uji F	82
4.6.2 Uji t	84
4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	88
4.8 Pembahasan.....	88
4.9 Matriks Hasil Penelitian.....	92
BAB V PENUTUP	95
5.1 Kesimpulan	95
5.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profil Perdagangan Indonesia 2024	2
Gambar 1. 2 Top Brand Index Toko Aksesoris Tahun 2022 – 2025	6
Gambar 1. 3 Miniso Lippo Plaza Mall.....	7
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3. 1 Kurva Uji Simultan F (Uji F)	56
Gambar 3. 2 Kurva Uji Parsial (Uji t)	58
Gambar 4. 1 Logo Miniso	63
Gambar 4. 2 Grafik P Plot.....	77
Gambar 4. 3 Grafik <i>Scatterplot</i>	79
Gambar 4. 4 Kurva Uji F.....	84
Gambar 4. 5 Kurva Uji t Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1).....	86
Gambar 4. 6 Kurva Uji t Variabel Keragaman Produk (X2).....	87
Gambar 4. 7 Kurva Uji t Variabel Promosi (X3)	87

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Mall di Kota Sidoarjo	3
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3. 1 Matriks Definisi Operasional	38
Tabel 3. 2 Kriteria Jawaban.....	42
Tabel 3. 3 Kriteria Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 3. 4 Jadwal Penelitian.....	60
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	66
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.....	67
Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel <i>Store Atmosphere</i>	68
Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Keragaman Produk	70
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Promosi.....	71
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel <i>Impulsive Buying</i>	72
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas	74
Tabel 4. 11 Hasil Uji Reliabilitas	75
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas	77
Tabel 4. 14 Hasil Uji Autokorelasi.....	80
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	80
Tabel 4. 16 Hasil Uji F	83
Tabel 4. 17 Hasil Uji t	85
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	107
Lampiran 3 Hasil Uji Normalitas.....	111
Lampiran 4 Hasil Uji Multikolinearitas.....	112
Lampiran 5 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	112
Lampiran 6 Hasil Uji Autokorelasi.....	112
Lampiran 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	113
Lampiran 8 Hasil Uji F.....	113
Lampiran 9 Hasil Uji t.....	113
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	114
Lampiran 11 Kurva Uji F.....	114
Lampiran 12 Kurva Uji t.....	114
Lampiran 13 Dokumentasi Responden.....	116
Lampiran 14 Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	117

ABSTRAK

Rikah Nur Widiyanti, 22042010035, Pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Promosi Terhadap *Impulsive Buying* Pada Miniso Store Lippo Plaza Sidoarjo

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Store Atmosphere*, Keragaman Produk, dan Promosi terhadap *Impulsive Buying* konsumen Miniso Store Lippo Plaza Mall Sidoarjo. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif bersifat asosiatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Miniso Store Lippo Plaza Mall Sidoarjo. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling, metode purposive sampling. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan studi pustaka, sedangkan pengolahan data dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS Statistics 29. Penelitian ini menggunakan serangkaian uji analisis, yaitu uji validitas dan reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji F (simultan) dan uji t (parsial). Hasil penelitian menunjukkan *Store Atmosphere* (X1), Keragaman Produk (X2), dan Promosi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying* (Y) pada konsumen Miniso Store Lippo Plaza Mall Sidoarjo. Selain itu, secara parsial variabel independen juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Impulsive Buying*.

Kata Kunci: *Store Atmosphere, Keragaman Produk, Promosi, Impulsive Buying*

ABSTRACT

Rikah Nur Widiyanti, 22042010035, *The Effect of Store Atmosphere, Product Variety, and Promotions on Impulsive Buying at the Miniso Store in Lippo Plaza Sidoarjo*

This study aims to analyze the influence of store atmosphere, product variety, and promotions on impulsive buying among consumers at the Miniso Store, Lippo Plaza Mall Sidoarjo. This research uses a quantitative associative approach with a sample of 150 respondents selected through purposive sampling. Data were collected through questionnaires, observations, interviews, and literature review, and analyzed using IBM SPSS Statistics 29. The analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, as well as F-test and t-test. The findings reveal that store atmosphere, product variety, and promotions simultaneously have a positive and significant effect on impulsive buying. Partially, each independent variable also shows a positive and significant influence on impulsive buying among consumers at the Miniso Store, Lippo Plaza Mall Sidoarjo.

Keywords: *Store Atmosphere, Product Variety, Promotions, Impulsive Buying*