

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN
KKV WILAYAH DIY**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



Disusun Oleh :

Michellin Chendy

NPM : 200325770

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN
KKV WILAYAH DIY**

Diajukan oleh:

Michellin Chendy

NPM : 200325770

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing



Theresia Diah Widiastuti, SE., M.Si.

16 Juli 2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN
KKV WILAYAH DIY**

yang telah dipersiapkan dan disusun oleh

Michellin Chendy

NPM: 200325770


telah dipertahankan didepan Panitia Penguji
pada tanggal 10 Juli 2024
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)
Program Studi Manajemen

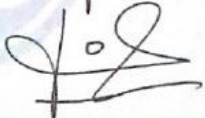
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



**Theresia Diah Widiastuti,
SE., M.Si.**

Anggota Panitia Penguji


**Drs. C. Jarot Pyigogutomo,
MBA**


Api Adyantari, SA., MBA

Yogyakarta,16 Juli..... 2024
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Atma Jaya Yogyakarta


Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc., Ph. D.

**FAKULTAS BISNIS
DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul :

PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN KKV WILAYAH DIY

Segala hasil, isi dan gagasan dalam skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Saya telah secara tertulis mencantumkan referensi bersumber dari tulisan atau ide orang lain yang saya gunakan pada skripsi ini dalam daftar pustaka. Jika di masa mendatang terbukti bahwa saya melakukan plagiasi, baik sebagian maupun seluruh dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta akan dinyatakan tidak sah dan saya akan mengembalikannya kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 11 Juni 2024
Yang menyatakan



Michellin Chendy

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, karunia, kemurahan hati dan rahmat yang telah diberikan-Nya selama penulisan penelitian ini. Berkat Tuhan Yang Maha Esa peneliti dimampukan untuk menjalankan masa studinya dari awal semester sampai akhir semester hingga dapat menuliskan penelitian skripsi ini sebagai syarat akhir kelulusan. Penelitian dengan judul “PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN KKV WILAYAH DIY ” dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Manajemen di Fakultas Bisnis dan Ekonomika di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan kendala dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang turut membantu dalam memberikan informasi, membimbing, menemani, memberi dukungan penuh dalam segala aspek dan mendorong untuk tetap melanjutkan penelitian skripsi ini hingga selesai, yaitu antara lain :

1. Tuhan Yesus Kristus Yang Maha Esa, yang selalu membimbing, menemani, memberi berkat dan perlindungan serta kesehatan kepada peneliti dalam keadaan apapun sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Theresia Diah Widiastuti., SE.,M.Si. selaku dosen pembimbing yang sudah sabar dalam memberikan waktu, bimbingan, dorongan, arahan, dan masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.
3. Kepada saudari Helena Yovita Junijanto, S.M., M. selaku Asisten Dosen Pembimbing yang telah sabar membantu, memberikan waktu, dorongan, masukan yang berharga dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini.

4. Bapak Ir. Robianto, Ibu Nita Sempana, Dr. Jovian Chendy, Meilistya Chendy S.T, selaku anggota keluarga yang telah memberikan berkat, mendoakan, memberi semangat dan dukungan dalam segala hal baik materi ataupun moral tanpa henti. Sehingga peneliti memiliki semangat penuh untuk menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan tepat waktu.
5. Stenly Leonard Hitalessy yang sudah selalu menemani, menghibur, memberi kasih sayang dan semangat serta dukungan penuh setiap waktu kepada peneliti hingga saat ini.
6. Teman-teman seperjuangan “grup payung” yaitu Henry William Corputty, Florensia Marshanda Luna, Putri Gabriella, Nikolas Endrico Wibowo, Christophorus Dustin Endrin, Abrian Budi, dan Vanessa Talita Wibowo karena telah menjadi teman sejak awal perkuliahan dan mampu berdinamika bersama untuk saling membantu.
7. Andrea Putri Jasmine dan Brenda Natalia yang sudah menjadi sahabat terdekat selama peneliti menempuh studi di Yogyakarta
8. Teman-teman “geng dolan” dan “geng bices” yang sudah saling memberikan semangat, menghibur satu sama lain, dan sudah banyak berperan dalam kehidupan sosial peneliti.
9. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner pada penelitian ini.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
11. Peneliti sendiri yang sudah berjuang dari awal hingga titik ini dan selalu bersyukur, semangat, serta selalu berusaha menyelesaikan apa yang telah dimulai dari awal hingga akhir.
12. Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menimba ilmu dan berdinamika bersama di Universitas Atma Jaya Yogyakarta dari awal masa perkuliahan hingga peneliti mampu menyelesaikan masa studinya.

13. Seluruh dosen, karyawan, dan staf FBE UAJY yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama empat tahun mengemban ilmu di FBE UAJY.

Akhir kata, demikian penelitian skripsi ini dibuat dengan sebaik-baiknya. Peneliti sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka dari itu peneliti memohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti selanjutnya. Sekian yang dapat peneliti sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang diberikan, peneliti ucapkan terima kasih.

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Peneliti

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Michellin Chendy', written in a cursive style.

Michellin Chendy

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
PERNYATAAN	III
KATA PENGANTAR.....	IV
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR.....	X
DAFTAR TABEL	XI
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIII
ABSTRAK	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	7
1.3 TUJUAN PENELITIAN	8
1.4 MANFAAT PENELITIAN	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 KAJIAN TEORI.....	12
2.1.1 Visual Merchandising	12
2.1.2 Store Layout.....	14
2.1.3 Product Display.....	16

2.1.4	<i>Colour & Lighting</i>	19
2.1.5	<i>Cleanliness</i>	22
2.1.6	<i>Purchase Intention</i>	24
2.2	STUDI PENELITIAN TERDAHULU	26
2.3	MODEL KERANGKA PENELITIAN.....	32
2.4	PENGEMBANGAN HIPOTESIS	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		40
3.1	METODE, JENIS DAN PROSEDUR PENGUMPULAN DATA	40
3.2	OBJEK, SUBJEK, DAN TEMPAT PENELITIAN.....	41
3.3	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN.....	42
3.3.1	<i>Metode Sampling</i>	43
3.4	METODE PENGUMPULAN DATA	45
3.4.1	<i>Data Primer</i>	45
3.4.2	<i>Data Sekunder</i>	47
3.5	DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	47
3.6	METODE PENGUKURAN DATA	51
3.7	METODE ANALISIS DATA.....	52
3.7.1	<i>Statistik Deskriptif</i>	52
3.7.2	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	54
3.7.3	<i>Evaluasi model pengukuran (Outer Model)</i>	56
3.7.4	<i>Evaluasi model struktural (Inner Model)</i>	63
3.7.5	<i>Pengujian Hipotesis</i>	64
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		67
4.1	ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF DEMOGRAFI RESPONDEN.....	67
4.2	ANALISIS RESPONDEN BERDASARKAN PERTANYAAN <i>FILTER</i> KUESIONER... 74	
4.3	ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF VARIABEL	77
4.3.1	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Store Layout</i>	78
4.3.2	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Product Display</i>	80
4.3.3	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Colour & Lighting</i>	82

4.3.4	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Cleanliness</i>	84
4.3.5	<i>Analisis Deskriptif Responden pada Variabel Purchase Intention</i>	86
4.4	ANALISIS SEM-PLS	88
4.4.1	<i>Merancang Model Struktur</i>	89
4.4.2	<i>Merancang Model Pengukuran (Outer Model)</i>	90
4.4.3	<i>Evaluasi Goodness of Fit : Outer Model</i>	92
4.4.4	<i>Evaluasi Goodness of Fit : Inner Model</i>	102
4.4.5	<i>Pengujian Hipotesis</i>	106
4.5	PEMBAHASAN HIPOTESIS	111
4.5.1	<i>Pengaruh Store Layout terhadap Purchase Intention</i>	112
4.5.2	<i>Pengaruh Product Display terhadap Purchase Intention</i>	114
4.5.3	<i>Pengaruh Cleanliness terhadap Purchase Intention</i>	120
BAB V PENUTUP		123
5.1	KESIMPULAN	123
5.2	KESIMPULAN BERDASARKAN ANALISIS DESKRIPTIF	124
5.3	KESIMPULAN BERDASARKAN ANALISIS HIPOTESIS PENELITIAN.....	126
5.4	IMPLIKASI MANAJERIAL	127
5.5	KELEMAHAN PENELITIAN	130
5.6	SARAN PENELITIAN KE DEPAN	131
DAFTAR PUSTAKA.....		133
LAMPIRAN		139

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Ritel Indonesia	3
Gambar 1.3 KKV <i>Store</i>	6
Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian.....	32
Gambar 3.1 KKV <i>Store</i>	42
Gambar 4.1 Model Struktural PLS-SEM.....	89
Gambar 4.2 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	93
Gambar 4.3 Model Struktural PLS <i>Algorithm</i>	103
Gambar 4.4 Model Struktural PLS <i>Bootstrapping</i>	106

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	47
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Statistik Deskriptif	53
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	69
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Domisili	70
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status	71
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan Per-Bulan.....	72
Tabel 4.6 Pertanyaan Filter Pertama	74
Tabel 4.7 Pertanyaan Filter Kedua	75
Tabel 4.8 Pertanyaan Filter Ketiga	76
Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Store Layout</i>	79
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Product Display</i>	81
Tabel 4.11 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Colour & Lighting</i>	83
Tabel 4.12 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Cleanliness</i>	85
Tabel 4.13 Hasil Analisis Deskriptif Responden Variabel <i>Cleanliness</i>	86
Tabel 4.14 Indikator Variabel Laten	90
Tabel 4.15 Nilai <i>Outer Loading (Loading Factors)</i> PLS-SEM.....	94
Tabel 4.16 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	96
Tabel 4.17 Nilai <i>Cross Loading</i>	98

Tabel 4.18 Nilai <i>Fornell – Lacker Criterion</i>	99
Tabel 4.19 Nilai <i>Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reability</i>	101
Tabel 4.20 Hasil <i>R-Square</i>	103
Tabel 4.21 Hasil <i>Q-Square</i>	104
Tabel 4.22 <i>Path Coefficient</i>	108

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	142
Lampiran 2	148
Lampiran 3	150
Lampiran 4	166
Lampiran 5	176
Lampiran 6	182
Lampiran 7	184

**PENGARUH *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA KONSUMEN KKV WILAYAH
DIY**

Michellin Chendy

Theresia Diah Widiastuti., SE., M.Si.

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Jalan Babarsari 43-33, Yogyakarta

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh *visual merchandising* terhadap *purchase intention* pada konsumen KKV Wilayah DIY. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat DIY. Sedangkan, sampel yang digunakan yaitu sebanyak 200 responden yang diperoleh dari alat pengambilan data berupa kuesioner *Google Form*. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan menggunakan skala *likert* 5 poin. Analisis data yang digunakan yaitu *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan pendekatan *software Partial Least Square (SmartPLS)* versi 4. Hasil penelitian menemukan bahwa *store layout, product display, colour & lighting*, dan *cleanliness* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase intention* konsumen KKV DIY.

Kata Kunci : *Visual Merchandising, Store Layout, Product Display, Colour & Lighting, Cleanliness, Purchase Intent*