

**DAMPAK INOVASI DAN *VISUAL MARCHENDISE* TERHADAP MINAT
BELI *MARCHENDISE LAWLESS STORE* JAKARTA**

(Studi Kasus di Surabaya)

SKRIPSI



Oleh :

MAULIDIA NUR CAHYANI

16420036

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA**

SURABAYA

2019

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : MAULIDIA NUR CAHYANI
NPM : 16420036
Alamat : KEDURUS III PILANG INDAH NO.27 SURABAYA
Program Studi : MANAJEMEN
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**DAMPAK INOVASI DAN VISUAL MERCHANDISING TERHADAP MINAT BELI MERCHANDISE LAWLESS STORE JAKARTA (Studi kasus di Surabaya)**” adalah benar-benar karya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 19 Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan,




(MAULIDIA NUR CAHYANI)

NPM : 16420036

SKRIPSI

**DAMPAK INOVASI DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP MINAT
BELI *MERCHANDISE* LAWLESS STORE JAKARTA**

(Studi Kasus Di Surabaya)

Diajukan Oleh:

MAULIDIA NUR CAHYANI

NPM: 16420036

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING I



Dr. SITI DJAMILAH, SE., MSi

Tanggal, 5 Agustus 2020

DOSEN PEMBIMBING II



DANA ADITYA, SE., MBA

Tanggal, 5 Agustus 2020

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. SITI DJAMILAH, SE., MSi

Tanggal, 5 Agustus 2020

SKRIPSI
**DAMPAK INOVASI DAN *VISUAL MERCHANDISING* TERHADAP MINAT
BELI *MERCHANDISE* LAWLESS STORE JAKARTA**

(Studi Kasus Di Surabaya)

Dipersiapkan dan disusun Oleh :

MAULIDIA NUR CAHYANI
NPM: 16420036

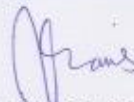
Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama



Dr. Siti Djamilah, SE., MSi.

Anggota Dewan Penguji Lain



Evianah, SE., MSi.




Dewi Nuraini, SE., MSM.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Tanggal 5 Agustus 2020



Dr. SITI DJAMILAH, SE., MSi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul DAMPAK INOVASI DAN VISUAL MERCHANDISE TERHADAP MINAT BELI MERCHANDISE LAWLESS STORE JAKARTA (Studi Kasus Di Surabaya).

Tujuan penyusunan skripsi ini adalah guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan Program Strata (S1) Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini sangat sulit terwujud sebagaimana yang diharapkan, tanpa bimbingan dan bantuan selama proses pembuatan skripsi ini. Sehingga dalam kesempatan ini penulis sampaikan rasa terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Bapak Drs. Ec. Gimanto G.,MM,M.Ak selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma serta segenap jajaran Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma.
2. Ibu Wiwik Herawati, SE, MM selaku Dosen Wali yang selalu memberikan nasihat, saran dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.
3. Ibu Dr. Siti Djamilah, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberi masukan dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
4. Bapak Dana Aditya SE., MBA. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia untuk meluangkan waktu dan pikiran untuk membimbing serta memberi masukan dalam penyusunan skripsi ini hingga dapat terselesaikan tepat pada waktunya.
5. Seluruh jajaran pengajar Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

6. Kedua orang tua saya dan kakak serta sepupu saya beserta seluruh keluarga besar saya, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-temanku selama semester 1 sampai 7 Elia Ulfa Rahmawati, Karina Anjarsari, Kiki Putriana Hapsari, terima kasih selama ini telah menjadi sahabat dan saudara bagi penulis, terima kasih atas kebersamaan, dukungan dan bantuan selama ini.
8. Sahabat baik saya Handi Rajif Pradana, Vina agustin, Monica Putri Lesmono, Vega Chrisdiantama, Yoga Triandi Baso, terima kasih atas doa, dukungan, perhatian serta pengertiannya selama proses pengerjaan skripsi ini.
9. Kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama perkuliahan dan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Surabaya, 23 Juli 2020

Penulis

Maulidia Nur Cahyani

NPM. 16420036

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN SUSUNAN DEWAN PENGUJI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Pemasaran	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	10
2.1.2 Strategi Pemasaran	10
2.2. Inovasi	14
2.2.1 Pengertian Inovasi	14
2.2.2 Dimensi-dimensi Inovasi.....	17
2.2.3 Ciri-ciri Inovasi	18
2.3. <i>Visual Merchandising</i>	19
2.3.1 Pengertian <i>Visual Merchandising</i>	19
2.3.2 Fungsi <i>Visual Merchandising</i>	20
2.3.3 Dimensi-dimensi <i>Visual Merchandising</i>	21

2.4	Minat Beli.....	22
2.4.1	Pengertian Minat Beli.....	22
2.4.2	Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	24
2.4.3	Indikator Minat Beli	25
2.5	Hubungan Inovasi dan Visual Merchandise Terhadap Minat Beli Merchandise	26
2.6	Penelitian Terdahulu	28
2.7	Hipotesis dan Model Penelitian.....	29
2.7.1	Hipotesis	29
2.7.2	Model penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN		31
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel	32
3.2.1	Populasi	32
3.2.2	Sampel	32
3.3	Identifikasi Variabel.....	33
3.3.1	Variabel Independen (variabel bebas).....	34
3.3.2	Variabel Dependen	34
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5	Proses pengumpulan data	35
3.5.1	Data Primer.....	35
3.6	Metode Pengumpulan Data	36
3.7	Uji Hipotesis.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1.	Gambaran Umum Lawless Store Jakarta	40
4.1.1.	Lawless Store Jakarta	40
4.2	Hasil Penelitian	41
4.2.1	Karakteristik Responden Penelitian	42
4.2.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	42
4.2.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis	

	Kelamin	43
4.2.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	43
4.2.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	44
4.2.1.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per bulan untuk membeli <i>merchandise Lawless Store</i>	44
4.2.1.6	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan	45
4.2.1.7	Berdasarkan Responden Pernah Berkunjung di Lawless Store	46
4.2.2	Hasil Tanggapan Responden	46
4.2.2.1	Variabel Inovasi (X1).....	47
4.2.2.2	Variabel <i>Visual Merchandise</i> (X2)	49
4.2.2.3	Variabel Minat Beli (Y)	51
4.3	Analisis Hasil Penelitian	52
4.3.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	52
4.3.2	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.3.3	Koefisien Determinasi	57
4.3.4	Uji Hipotesis	58
4.6	Pembahasan	62
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1.	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64
5.3	Keterbatasan Penelitian	65
	DAFTAR PUSTAKA	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	33
Tabel 4.1	Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4.2	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pernikahan	42
Tabel 4.4	Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.5	Karakteristik Responden berdasarkan Pengeluaran per bulan untuk membeli <i>merchandise Lawless Store</i>	44
Tabel 4.6	Karakteristik Responden berdasarkan Status Pekerjaan.....	44
Tabel 4.7	Berdasarkan Responden Pernah Berkunjung di Lawless Store	45
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Inovasi (X1)	46
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Visual Merchandise (X2).....	48
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli (Y).....	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Reliabilitas Inovasi.....	53
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas Visual Merchandise	54
Tabel 4.14	Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli	54
Tabel 4.15	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	55
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan SPSS Koefisien Determinasi	51
Tabel 4.17	Hasil perhitungan Anova Uji-F	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1	Hasil Uji F	58
Gambar 4.2	Hasil Uji t Variabel Inovasi.....	60
Gambar 4.3	Hasil Uji t variabel Visual Merchandise	61

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuisioner
2. Input Data X1
3. Input Data X2
4. Input Data Y
5. Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X1
6. Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel X2
7. Output Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Y
8. Output Analisis Linier Berganda
9. Uji F
10. Uji T

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak inovasi dan *visual merchandise* terhadap minat beli *merchandise Lawless Store* Jakarta. Hipotesis satu dari penelitian ini adalah Inovasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli *merchandise* pada *Lawless Store* Jakarta dan hipotesis dua adalah *Visual Merchandise* berpengaruh signifikan terhadap minat beli *merchandise Lawless Store* Jakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berdomisili di Surabaya yang pernah berkunjung ke *Lawless Store* Jakarta. Jumlah sampel sebanyak 50 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu Inovasi dan *Visual Merchandising*. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu minat beli. Teknik analisis data yang digunakan untuk hipotesis ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Sebelum dilakukan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan *reliable*. Dari hasil uji regresi linear berganda membuktikan bahwa Inovasi tidak berpengaruh terhadap minat beli dan Visual Marchendice berpengaruh signifikan terhadap minat beli *merchandise* di *Lawless Store*. Dengan demikian hipotesis satu ditolak dan hipotesis dua dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci: Inovasi, *Visual Marchendising*, Minat Beli , Lawless Store

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the impact of innovation and visual merchandise on buying interest in Jakarta's Lawless Store merchandise. Hypothesis one of this research is that Innovation has a significant effect on buying interest in merchandise at Lawless Store Jakarta and hypothesis two is that Visual Merchandise has a significant effect on buying interest in Lawless Store Jakarta merchandise. The sample in this study are people who live in Surabaya who have visited the Jakarta Lawless Store. The number of samples is 50 respondents. The independent variables in this study are Innovation and Visual Merchandising. The dependent variable in this study is buying interest. Data analysis technique used for this hypothesis is multiple regression analysis techniques. Before a multiple linear regression analysis is performed, a validity and reliability test is performed. The results of the validity and reliability test showed valid and reliable results. From the results of multiple linear regression tests prove that Innovation has no effect on buying interest and Visual Merchandise has a significant effect on buying interest in merchandise at Lawless Store. Thus hypothesis one was rejected and hypothesis two in this study was accepted.

Keywords: *Innovation, Visual Merchandising, Purchase Interest, Lawless Store*