

## ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh *research gap* dan adanya persaingan yang sangat ketat. Untuk dapat mempertahankan keberlanjutan usahanya, Stroberi perlu secara aktif memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *display* produk, promosi penjualan, dan suasana toko terhadap pembelian impulsif.

Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Jumlah sampel penelitian yang digunakan sebanyak 100 responden dengan metode *purposive sampling* dimana responden merupakan pelanggan Stroberi di Semarang. Analisis ini meliputi: uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji statistik t dan uji statistik F, serta analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *display* produk promosi penjualan dan suasana toko berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif. *Adjusted R Square* pada pembelian impulsif diperoleh sebesar 0,442. Hal ini berarti bahwa 44,2% variabel pembelian impulsif dapat dijelaskan oleh variabel *display* produk, promosi penjualan, dan suasana toko. Sedangkan sisanya sebesar 55,8% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci: Display Produk, Promosi Penjualan, Suasana Toko, Pembelian Impulsif.**