

ABSTRAK

Selama ini usaha yang dilakukan Toko Siranda untuk memenuhi kebutuhan konsumen tidak berjalan lancar dan pertumbuhan minimarket di Kota Semarang menyebabkan menurunnya omzet penjualan di Toko Siranda. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *merchandise*, *store atmosphere* dan interaksi antara pelanggan dan pelayan toko terhadap *impulse buying* di Toko Siranda.

Jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diambil dengan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel independen yaitu *merchandise* (0,281), *store atmosphere* (0,203) dan interaksi antara pelanggan dengan pelayan toko (0,371) mempunyai hubungan yang positif sejalan terhadap variabel dependen yaitu *impulse buying*.

Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen terbukti secara signifikan mempengaruhi *impulse buying*. Begitu juga hasil uji F (36,795) yang menunjukkan jika ketiga variabel independen secara signifikan mempengaruhi *impulse buying* meskipun nilai *adjusted R square* hanya sebesar 0,520.

Hasilnya *impulse buying* di Toko Siranda paling dipengaruhi oleh variabel interaksi antara pelanggan dan pelayan toko. Hal ini disebabkan adanya pelayanan toko yang ramah dan sopan. Sehingga pelayan toko harus menjaga pelayanan dengan bersikap lebih ramah, sopan dan bersahabat ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Kata kunci : *merchandise*, *store atmosphere* dan interaksi antara pelanggan dengan pelayan toko, ritel