

ABSTRAK

Nama: Fahmi Syadid, NIM: 212478, Judul: “Analisis Pengaruh *Merchandising*, Promosi, dan Atmosfer Toko Terhadap Pembelian Impulsif (Studi Pada UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara)”, Jurusan: Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi: Manajemen Bisnis Syariah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah *field research*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara menyebar koesioner secara langsung pada konsumen UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara sebanyak 100 konsumen. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli produk UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara yang jumlahnya tak terhingga.

Dari pemaparan dan pembahasan analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa 1) Terdapat pengaruh *merchandising* terhadap pembelian impulsif di UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara, hal ini dapat terlihat dari nilai koefisien regresi dari variabel *merchandising* sebesar 0,871, mempunyai t_{hitung} sebesar 26,502 dengan probabilitas (sig) 0,000. Nilai sig kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga variabel *merchandising* dinyatakan berpengaruh terhadap pembelian impulsif. 2) Terdapat pengaruh promosi terhadap pembelian impulsif di UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara, hal ini dapat terlihat dari nilai koefisien regresi dari variabel promosi sebesar 0,112, mempunyai t_{hitung} sebesar 3,017 dengan probabilitas (sig) 0,003. Nilai sig kurang dari 0,05 ($0,003 < 0,05$), sehingga variabel promosi dinyatakan berpengaruh terhadap pembelian impulsif. 3) Terdapat pengaruh atmosfer toko terhadap pembelian impulsif di UD. Adijaya Teluk Wetan Jepara, hal ini dapat terlihat dari nilai koefisien regresi dari variabel atmosfer toko sebesar 0,209, mempunyai t_{hitung} sebesar 4,796 dengan probabilitas (sig) 0,000. Nilai sig kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga variabel atmosfer toko dinyatakan berpengaruh terhadap pembelian impulsif.

Kata Kunci: *merchandising, promosi, atmosfer toko, pembelian impulsif*