

ABSTRAK

Perilaku pembelian normal akhir-akhir ini tidak mutlak terjadi, terkadang konsumen tidak merencanakan apa yang akan mereka beli saat berbelanja. Hal ini perlu dijadikan perhatian bagi para produsen maupun retailer untuk menaikkan sales dan profit. MOR Store merupakan retail berkonsep *convenience store* dimana menyatukan *minimarket* dan *cafe*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tanggapan responden tentang *in-store stimuli* dan pengaruhnya terhadap pembelian impulsif di MOR Store Jalan Sunda Bandung.

Metode penelitian yang digunakan ialah deskriptif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Jumlah sampel sebesar 100 responden dengan metode *non-probabilty sampling* jenis *convenience sampling*. Analisis data menggunakan teknik regresi linier sederhana yang sebelumnya diuji dengan asumsi klasik uji normalitas, uji heteroskedestisitas, uji multikolinearitas, uji t, koefisien determinasi dan pengolahan data menggunakan SPSS 21.0.

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa responden tentang *in-store stimuli* dan pembelian impulsif di MOR Store Jalan Sunda adalah baik. Hal tersebut dilihat dari skor jawaban responden dalam kuesioner sebesar 75 % untuk *in-store stimuli* dan pembelian impulsif. Hasil pengujian hipotesis *in-store stimuli* berpengaruh positif signifikan terhadap pembelian impulsif di MOR Store Jalan Sunda. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa *in-store stimuli* mampu menjelaskan pembelian impulsif sebesar 43,6% dan sisanya sebesar 56,4% diantaranya oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam peneliti ini seperti *store atmosphere*, kelengkapan produk, *servicescape*, dll.

Kata kunci : *in-store stimuli*, pembelian impulsif