

## ABSTRAK

Pengkajian ini dilakukan di Kopi D'jagongan Surabaya dengan tujuan ingin mengetahui pengaruh variabel *store environment*, *service quality* dan *word of mouth* terhadap *impulse buying* baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif dimana sampel yang dipakai sebanyak 112 responden. Adapun teknik pengambilan data yaitu dengan ternik *accidental sampling*. Jenis data yang digunakan daalam pengkajian ini berupa angka yang kemudian akan dibuat tabulasi untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan *software IBM SPSS statistic* versi 20. Hasil dari penkajian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan *store environment*, *service quality* dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* di Kopi D'jagongan Surabaya.

**Kata Kunci:** Lingkungan toko, kualitas pelayanan, mulut ke mulut, pembelian impulsif

## **ABSTRACT**

*This study was conducted at Kopi D'jagongan Surabaya with the aim of knowing the effect of variables store environment, service quality and word of mouth on impulse buying both partially and simultaneously. The research method used is quantitative where the sample used is 112 respondents. The data collection technique used accidental sampling technique. The type of data used in this study is in the form of numbers which will then be tabulated for further processing using the IBM SPSS statistic version 20 software. The results of this study indicate that partially and simultaneously the store environment, service quality and word of mouth have a significant effect on impulse buying at Kopi D'jagongan Surabaya.*

**Keywords:** *Store environment, quality of service, word of mouth, impulse buying*