**ABSTRAKSI**

Tujuan dari penelitian yang dilakukan di Alfamart Sersan Kko Harun Kediri ini adalah untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai pengaruh promosi, kulitas pelyanan, *store atmosphere* terhadap *impluse buying*. Penelitian ini menggunakan sampling insidental, yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel. Populasi penelitian terdiri dari seluruh pembeli Alfamart Sersan Kko Harun Kediri yang tidak diketahui, dan sampel sebanyak 180 responden diperoleh melalui penggunaan rumus Hair, yang ketentuan penggunaannya berlaku untuk populasi yang tak terhingga atau tidak diketahui. Program SPSS versi 25 digunakan untuk mengolah uji instrumen, uji asumsi klasik, dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji signifikan persial, uji signifikan simultan, dan uji R2. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* yang diperoleh uji signifikan persial dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* diperoleh uji signifikan persial dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 < 0.05. *store atmosphere* secara parsial berpengaruh signifikan *impulse buying* pembelian diperoleh uji signifikan persial dengan hasil signifikansi sebesar 0.020 < 0.05. pengaruh promosi, kualitas pelayanan dan *store atmosphere* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *impulse buying* dengan nilai uji signifikan simultan sebesar 0.000 < 0.05.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, *Store Atmosphere, Impulse Buying*