

PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP
MINAT BELI ULANG PADA EMERY CAFE & BISTRO JOMBANG

ABSTRAK oleh:

Rian Mardiantoyo

1961287

Dosen Pembimbing:

Dr. Indra Kurniawan, S.Sos., MM

Pertumbuhan bisnis telah berkembang ke berbagai bidang usaha, salah satunya adalah usaha Cafe. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh *store atmosphere* dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang pada emery cafe & bistro. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan inferensial. Adapun Sampel pada penelitian ini 100 responden/konsumen Emery cafe & bistro. Jenis data pada penelitian ini bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data diperoleh langsung dari lapangan melalui interview/wawancara, angket dan dokumentasi. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan Angket sedangkan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil penelitian diketahui bahwa *store atmosphere* memiliki peran dalam meningkatkan minat beli ulang pada Emery cafe & bistro dan *word of mouth* berperan dalam meningkatkan minat beli ulang pada emery café & bistro..

Kata kunci: store atmosphere, word of mouth, Minat beli ulang.

***THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND WORD OF MOUTH
ON INTEREST TO REPURCHASE AT EMERY CAFE & BISTRO
JOMBANG***

ABSTRACT by:

Rian Mardiantoyo

1961287

Supervisor:

Dr. Indra Kurniawan, S. Sos., MM

Business growth has expanded to various business field, one of which is the café business. The purpose of this research is to find out and explain the influence of store atmosphere and word of mouth on repurchase intention at Emery café & bistro. The research method used in this study were 100 respondents/consumers at Emery café & bistro. The type of data in this study is quantitative/statistical in nature with the aim of testing the established hypotheses. Sources of data obtained directly from the field through interviews/interviews. Questionnaires and documentation. The data collection technique in this study used a questionnaire while the data analysis technique used multiple linear regression. From the research results it is known that store atmosphere has a significant role on repurchase intention at emery café & bistro.

Keywords: store atmosphere, word of mouth, intention to repurchase