

ABSTRAK

Ribka Simorangkir , NIM 7171210021.” Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan”.Skripsi Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Sosmed Cafe J.City Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive* sampling, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang yang pernah mengunjungi Sosmed Cafe J.City Medan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner yang pengukurannya dengan skala *likert* dan diolah secara statistik menggunakan analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis dengan Uji-F, Uji-T dan Koefisien Determinasi yang sebelumnya data telah diuji menggunakan uji validitas, uji reabilitas dan uji asumsi klasik. Pengolahan data menggunakan program SPSS 18.00 *for windows*.

Secara parsial *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Sosmed Cafe J.City Medan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh terhadap Minat Beli Ulang. Hal ini terlihat dari nilai F hitung $> F_{tabel}$ ($55,115 > 3,09$) dan nilai signifikannya $0,000 < 0,05$. Uji koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar 0,522 yang berarti bahwa *Store Atmosphere* dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Minat beli ulang sebesar 52,2 % sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

Ribka Simorangkir, NIM 7171210021.” *The Effect of Store Atmosphere and Consumer Satisfaction on The Consumer Repurchase Intention of Social Media Cafe J.City Medan*”. Thesis of Management Department, Faculty of Economics, Medan State University 2022.

This study aims to determine the effect of store atmosphere and consumer satisfaction on consumer buying interest in Sosmed Cafe J.City Medan. This study uses a quantitative method with a sampling technique using purposive sampling technique, with a total sample of 100 people who have visited Sosmed Cafe J. Medan city. The data collection technique in this study was carried out by distributing questionnaires that measured it with a Likert scale and statistically processed using linear multiple analysis and hypothesis testing with the F-Test, T-Test and Coefficient of Determination. classic assumption test. Data processing using SPSS 18.00 for windows program.

Partially, store atmosphere and customer satisfaction have a positive and significant effect on consumer buying interest in Sosmed Cafe J.City Medan. This can be seen from the calculated Fvalue > Ftable (55.112 > 3.09) and the significance value is 0.000 < 0.05. The coefficient of determination test shows a value of 0.522 which means that the store atmosphere and consumer satisfaction have an effect on buying interest by 52.2% while the effect on other variables.

Keywords : Store Atmosphere, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention

THE
Character Building
UNIVERSITY