

ABSTRAK

BAYU FIRMANSYAH 2017. 8223145325. Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang pada Konsumen Kafe (Survei Pada Kafe Maximal dan Kafe Roti Bakar 88 di Cikupa Tangerang). Program studi D III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang pada konsumen kafe "MAXIMAL" dibandingkan kafe "Roti Bakar 88" di Cikupa Tangerang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka dan survei. Lalu teknik untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner.

Dari hasil penulisan dapat disimpulkan bahwa pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen Kafe Maximal adalah sebesar 62,6%. Sedangkan pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen Kafe Roti Bakar 88 adalah sebesar 40,3%.

Jadi dapat disimpulkan kembali bahwa *store atmosphere* yang dimiliki Kafe Maximal lebih berpengaruh baik terhadap minat beli ulang konsumen kafe daerah Cikupa Tangerang. Karena nilai persentase perhitungan pengaruh kontribusi dari *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen Kafe Maximal Cikupa Tangerang lebih tinggi 22,3% dari Kafe Roti Bakar 88 yang hanya memiliki pengaruh kontribusi 40,3%.

Kata Kunci: *store atmosphere*, minat beli ulang

ABSTRACT

BAYU FIRMANSYAH 2017. 8223145325. The Influence of Store Atmosphere to Repurchasing Interest on Cafe (Survey on Cafe Maximal and Cafe Roti Bakar 88 in Area Cikupa, Tangerang). Diploma Degree of Marketing on Management Development, Faculty of Economic, State University of Jakarta.

This paper has a purpose to know about The Influence of Store Atmosphere to Repurchasing Interest on Cafe “Maximal” compared to Cafe “Roti Bakar 88” in area Cikupa Tangerang. Method that used in these research is quantitative analysis, with searching data trough library and survey. And the technical to searching data used questioner.

From writing result concluded that the influence of store atmosphere to repurchasing interest on Cafe Maximal is 62,6%. While the influence of store atmosphere to repurchasing interest on Cafe Roti Bakar 88 is 40,3%.

So it can be concluded again that the store atmosphere owned by Maximal Cafe has more good influence on repurchasing interest consumer area Cikupa Tangerang. Because the value of percentage calculation influence the contribution of the store atmosphere to repurchasing interest consumer Maximal Cafe area Cikupa Tangerang higher 22,3% of Roti Bakar 88 Cafe which only has the influence contribution of 40,3%.

Key Word: Store Atmosphere, Repurchasing Interest