

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh *store atmosphere* dan variasi menu terhadap minat konsumen untuk membeli ulang. Sampel penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah berkunjung minimal 2 kali. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausal dengan metode purposive sampling sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, *store atmosphere* dan variasi menu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang atau minat berkunjung kembali pada usaha café atau restoran. Hasil temuan dari penelitian ini berdasarkan tanggapan responden yang membedakan DC dengan café lainnya adalah pintu yang didesain lebar dan terbuka, lalu tersedia banyak pilihan menu yang disajikan, dan konsumen lebih senang untuk merekomendasikan DC kepada orang lain atau kerabat.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Variasi Menu, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of store atmosphere and menu variations on consumer interest in repurchasing. The sample for this research is consumers who have visited at least 2 times. This type of research is causal research with a purposive sampling method of 100 respondents. The data collection technique uses a questionnaire with data analysis techniques using multiple linear regression. The results of this research show that partially and simultaneously, store atmosphere and menu variations have a positive and significant effect on repurchase interest or revisit interest in café or restaurant businesses. The finding from this research are based on respondents responses. What differentiates DC from other cafes is that the doors are designed wide and open, there are many menu choices available, and consumers prefer to recommend DC to other people and or family.

Keywords: Store Atmosphere, Menu Variations, Repurchase Intention