

ABSTRAK

Perkembangan bisnis tren masyarakat yang berubah, mendorong perusahaan untuk bersaing pada persaingan di era saat ini, khususnya di bidang bisnis kuliner. Kondisi persaingan yang begitu ketat, diharapkan perusahaan dapat bertahan dan terus tumbuh. Hal ini penting untuk dicatat oleh perusahaan, yaitu untuk terus mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan terus bekerja pada pelanggan potensial baru agar tidak meninggalkan perusahaan pelanggan menjadi pelanggan perusahaan lain. Atmosfer menjadi perhatian utama untuk membedakan antara *cafe* yang satu dengan yang lainnya yang sangat berpengaruh terhadap minat pembelian ulang konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh *store atmosphere* terhadap minat pembelian ulang konsumen pada *Cafe Braga Punya Cerita*.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana.

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan bahwa tanggapan terhadap responden mengenai *Store Atmosphere* terhadap Minat Pembelian Ulang memiliki pengaruh yang signifikan dengan tingkat yang kuat. Besarnya pengaruh variabel *Store Atmosphere* terhadap Minat Pembelian Ulang adalah sebesar 15%. Sedangkan, sisanya sebesar 85% (100% - 15%) dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere* dan Minat Pembelian Ulang