

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT PEMBELIAN
ULANG KONSUMEN PADA GOLD STRA SPORT AND LOUNGE
BANDUNG**

**THE EFFECT OF STORE ATMOSPHERE ON CONSUMER INTEREST
BUYING IN GOLD STAR SPORT AND LOUNGE BANDUNG**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana
administrasi bisnis**

Program studi administrasi bisnis

ABSTRAK

Gold Star Sport and Lounge merupakan perusahaan pertama di Kota Bandung yang memiliki konsep berbeda dengan yang lain yaitu dengan memadukan antara kuliner dengan olahraga dan memiliki keunikan dengan menyuguhkan pemandangan 360 derajat Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh store atmosphere terhadap minat pembelian ulang konsumen gold star sport and lounge bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. sampel pada penelitian ini yaitu konsumen gold star dengan menggunakan teknik sampling insidental kepada sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara simultan store atmosphere berpengaruh signifikan terhadap minat pembelian ulang konsumen pada Gold star sport and lounge Bandung. Namun secara parsial, sub variabel store layout tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dibuktikan dengan Thitung 0,658 lebih kecil dari Ttabel 1,985. Berdasarkan koefisien determinasi store atmosphere berpengaruh terhadap minat pembelian ulang sebanyak 51,26% dan sisanya 48,74% tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *cafe, minat pembelian ulang, store atmosphere.*