

ABSTRAK

Marka *Coffee & Kitchen* merupakan salah satu resto dan cafe yang tidak hanya mengutamakan varian produk tetapi memiliki keunggulan dalam mendesain interior dan menyuguhkan Atmosfer. Atmosfer yang nyaman semakin lengkap dengan adanya music yang membuat konsumen nyaman dan betah. Marka *Coffee & Kitchen* memberikan aroma kopi yang ringan pada ruangnya dan disesuaikan dengan suhu ruangan yang ideal. Konsumen seringkali berniat melakukan pembelian kembali karena didasari oleh keinginan yang disertai emosi sehingga menjadikan niat pembelian ulang semakin tinggi. Marka *Coffee & Kitchen* sudah melaksanakan kinerja pemasaran yang baik tapi jumlah transaksi tersebut belum sesuai dengan target perusahaan untuk kurun waktu satu tahun setelah pembukuan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keinginan konsumen untuk berkunjung ke Marka *Coffee & Kitchen*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Minat Beli Ulang pada Marka *Coffee & Kitchen*.

Objek penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah datang ke Marka *Coffee And Kitchen*. Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Berdasarkan tujuan dari penelitian, penelitian ini merupakan suatu penelitian deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data ini menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *store atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap Minat Beli Ulang. Hasil pengujian dilakukan dengan uji hipotesis (uji t) dan menghasilkan kesimpulan bahwa hipotesis nol ditolak. Dengan

Berdasarkan hasil penelitian, sebaiknya Marka *Coffee & Kitchen* memperbaiki kualitas pencahayaan dengan memasang lampu yang kualitas pencahayaannya baik supaya membuat mata pelanggan nyaman.

Kata kunci: *Store Atmosphere*, Minat Beli Ulang, Marka *Coffee & Kitchen*