

ABSTRAK

Berdasarkan catatan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Payakumbuh jumlah kafe di Kota Payakumbuh dari tahun 2020 hingga 2023 terjadi kenaikan sebesar 62,5%. Peningkatan jumlah kafe ini menunjukkan bahwa bisnis kafe sedang tren di Kota Payakumbuh. Di tengah tren ini, Kafe Titik Terang dengan konsep suasana alamnya dihadapkan pada penurunan *revisit intention* dalam 1 tahun terakhir. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *store atmosphere*, *service quality*, dan promosi terhadap *revisit intention* konsumen di Kafe Titik Terang. Hal ini penting untuk membantu Kafe Titik Terang dalam menciptakan strategi diferensiasi dan menarik konsumen di tengah persaingan bisnis kafe yang semakin ketat.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif inferensial. Pengumpulan data menggunakan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Data dalam penelitian diperoleh melalui dua *sumber* yaitu *sumber* data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dan data sekunder yang diperoleh dari data internal pihak manajemen kafe Titik Terang, skripsi dan jurnal terdahulu, buku literatur serta data dari situs relevan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen kafe Titik Terang Payakumbuh yang diambil dari *followers* Instagram @titikterang.tt dengan metode pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 385 responden. Setelah data dikumpulkan, dilakukan analisis dan menggunakan teknik analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 21.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan analisis deskriptif dengan bantuan SPSS 21, menunjukkan bahwa *store atmosphere*, dan promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *revisit intention*. Sedangkan *service quality* tidak berpengaruh secara parsial terhadap *revisit intention*. Penelitian ini menyarankan agar Titik Terang mempertahankan suasana kafe yang nyaman dengan perhatian pada musik latar yang sesuai. Meskipun *service quality* dan promosi sudah sangat baik, perusahaan perlu memperkuat loyalitas pelanggan dan meningkatkan *revisit intention* melalui survei berkala dan konten promosi yang relevan.

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, *Service Quality*, Promosi, *Revisit Intention*.