

ABSTRAK

Pengaruh Wujud Dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Pada Cafe Corner Tebing Tinggi

Dinda Maharani

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

dindamaharani@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Sarwoto, S.E, M.M

Bobby Hartanto, S.Kom., MMSI., CIISA.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Wujud Dan *Store Atmosphere* Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel *Intervening* Pada Cafe Corner Tebing Tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan Smart PLS 3.0 yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen Café Corner. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. *measurement model (outer model)* yaitu uji validitas, uji reliabilitas, selanjutnya *structural model (inner model)* meliputi : koefisien determinasi/ *r-square* (r^2), *goodness of fit model* dan uji hipotesis dengan uji *t-statistic* dan uji *indirect effect* (pengaruh tidak langsung). Hasil dari Smart PLS 3.0 dalam penelitian ini yaitu Wujud berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *Store atmosphere* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Wujud berpengaruh terhadap minat beli ulang, artinya *Store atmosphere* tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, Keputusan pembelian tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, selanjutnya Keputusan pembelian tidak dapat memediasi hubungan antara wujud terhadap minat beli ulang, Keputusan pembelian tidak dapat memediasi hubungan antara *store atmosphere* terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Wujud, *Store Atmosphere*, Minat Beli Ulang, Keputusan Pembelian

TEBING TINGGI

ABSTRACT

The Influence Of Atmosphere Form And Store On Repurchase Interest With Purchase Decisions As An Intervening Variable In Tebing Tinggi Corner Cafe

Dinda Maharani

STIE Bina Karya Tebing Tinggi S1 Management Study Program

dindamaharani@gmail.com

Supervisor:

Dr. Sarwoto, S.E, M.M

Bobby Hartanto, S.Kom., MMSI., CIISA

This research aims to determine the influence of appearance and store atmosphere on repurchase interest with purchasing decisions as an intervening variable at Tebing Tinggi Corner Cafe. The research method used is a quantitative method using the help of Smart PLS 3.0 which was collected from the results of distributing questionnaires to Café Corner consumers. The analytical method used in this research is using instrument tests, namely validity and reliability tests. measurement model (outer model), namely validity test, reliability test, then the structural model (inner model) includes: coefficient of determination/r-square (r^2), goodness of fit model and hypothesis testing with the t-statistic test and indirect effect test (influence indirect). The results of Smart PLS 3.0 in this research are that form influences purchasing decisions, store atmosphere influences purchase decisions, form influences repurchase interest, meaning that store atmosphere does not influence repurchase interest, purchase decision does not influence repurchase interest, then Decision Purchasing cannot mediate the relationship between form and repurchase interest. Purchasing decisions cannot mediate the relationship between store atmosphere and repurchase interest.

Keywords : Form, Store Atmosphere, Repurchase Intention, Decision Purchase

TEBING TINGGI