

ABSTRAK

Elsa Adelyah Nurhasanah. 2024. Pengaruh *Cafe Atmosphere*, Harga, *Customer Experience* Terhadap *Repurchase Intention* Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Cafe Sinar Baru Di Kota Sumenep.

Skripsi : Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wiraraja Madura, Pembimbing : Bapak Nurdody Zakki, S.E., M.SM

Pada persaingan bisnis yang semakin pesat dan ketat ini sudah seharusnya perusahaan mempunyai strategi yang telah digunakan sebagai meningkatkan minat beli para konsumen. hal ini sangat penting dilakukan karena jika minat beli dalam diri konsumen itu tumbuh maka pada akhirnya akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang secara otomatis juga akan meningkatkan sebuah omset penjualan perusahaan.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan populasi yaitu seluruh konsumen yang berkunjung dan membeli prodak cafe sinar baru. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Purposive Sampling* taitu menentukan sampelnya menurut kriterianya yaitu 2 kali pembelian dan pembelian 3 bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan observasi. Analisis Instrumis data yang digunakan adalah Uju Statistik Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda dan Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *cafe atmosphere*, harga, *curtomer experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention* dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*, *cafe atmosphere*, harga, *customer experience* melalui kepuasan berpengaruh signifikan terhadap *repurchase intention*.

Kata Kunci : *Cafe Atmosphere*, Harga, *Customer Experience*, *Repurchase Intention* dan Kepuasan

ABSTRACT

Elsa Adeliyah Nurhasanah. 2024. *The Influence of Cafe Atmosphere, Price, Customer Experience on Repurchase Intention with Satisfaction as a Mediating Variable at Cafe Sinar Baru in Sumenep City.* Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics & Business, Wiraraja Madura University, Supervisor: Mr. Nurdody Zakki, S.E., M.SM

In this increasingly rapid and tight business competition, companies should have strategies that can be used to increase consumers' buying interest. This is very important to do because if consumers' buying interest grows, it will ultimately encourage consumers to make repeat purchases, which will automatically increase the company's sales turnover.

This type of research is quantitative research, with a population of all consumers who visit and buy the Cahaya Baru Café products. The sampling technique in this research uses purposive sampling, which determines the sample according to the criteria, namely 2 purchases and purchases in the last 3 months. Data collection was carried out using questionnaires and observations. Analysis of the data instruments used is Descriptive Statistics Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Test.

The results of this study show that cafe atmosphere, price, customer experience do not have a significant effect on repurchase intention and satisfaction has a significant effect on repurchase intention, cafe atmosphere, price, customer experience through satisfaction have a significant effect on repurchase intention.

Keywords: Cafe Atmosphere, Price, Customer Experience, Repurchase Intention and Satisfaction