

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh faktor *store atmosphere* terhadap minat beli ulang (*repurchase intention*) di Rolag Kopi Surabaya. Populasi penelitian ini meliputi seluruh konsumen Rolag Kopi Surabaya. Kemudian pengambilan jumlah sampelnya menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi dan dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda serta uji signifikan menggunakan bantuan SPSS Version 23. Berdasarkan analisis yang dilakukan menggunakan uji t simpulan yang didapatkan bahwa variabel *store atmosphere*, *display product*, dan *customer relationship management* berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasilnya yaitu *store atmosphere*  $t$ -hitung= -5.531 dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ , *exterior* dengan  $t$ -hitung= 7.267 dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ , *general interior*  $t$ -hitung= 5.767 dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ . *Store layout* dengan  $t$  hitung = 5.876 dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ , *interior display* dengan  $t$  hitung = 2.392 dengan nilai sig  $0.018 < 0.05$ , Sedangkan untuk uji  $f$  simultan diperoleh hasil 157.075 dengan nilai sig  $0.000 < 0.05$ .

**Kata kunci:** *Exterior, Interior Display, Store Layout, Interior Display, Repurchase Intention*

## ABSTRACT

*The purpose of the study was to study the effect of the store atmosphere on repurchasing interest (intention to repurchase) at Rolag Kopi Surabaya. The population of this study published all consumers of Rolag Kopi Surabaya. Then take the number of samples using accidental sampling technique. Data collection using questionnaires and regulations were analyzed using multiple linear regression and significant tests using SPSS Version 23. Based on the analysis carried out using the conclusion t test obtained from variable store atmosphere, display products, and customer relationship management partially and significant repurchase interest . The result is store atmosphere t-count = -5,531 with sig value 0,000 <0,05, exterior with t-count = 7,267 with sig value 0,000 <0,05, general interior t-count = 5,767 with sig value 0,000 <0,05 . Shop layout with t count = 5.876 with sig value 0,000 <0,05, interior display with t count = 2,392 with sig value 0,018 <0,05, while for simultaneous f test obtained result 157,075 with sig value 0,000 <0,05.*

**Keywords:** *Exterior, Interior Display, Store Layout , Interior Display , Repurchase Intention*