

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh store atmosphere, display product, dan customer relationship management terhadap minat beli ulang konsumen Toko Karya Mandiri Gresik. Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen Toko Karya Mandiri Gresik. selanjutnya pengambilan jumlah sampel menggunakan teknik accidental sampling dan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi lalu dianalisis menggunakan uji regresi linier berganda dan uji signifikan menggunakan bantuan SPSS Version 24. Berdasarkan analisis yang menggunakan uji t disimpulkan bahwa variabel store atmosphere, display product, dan customer relationship management berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hasil yang didapatkan yaitu store atmosphere $t\text{-hitung} = 4.546$ dengan nilai sig $0.000 < 0.05$, display product $t\text{-hitung} = 2.144$ dengan nilai sig $0.034 < 0.05$, customer relationship management $t\text{-hitung} = 2.611$ dengan nilai sig $0.025 < 0.05$. Sedangkan untuk uji f simultan diperoleh hasil 17.685 dengan nilai sig $0.000 < 0.05$.

Kata kunci: *Store Atmosphere, Display Product, Customer Relationship Management, Minat Beli Ulang*

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out the effect of store atmosphere, display product, and customer relationship management on consumers' repurchase intention in Karya Mandiri Gresik Shop. In this study the population is consumers of Karya Mandiri Gresik Shop. then taking the number of samples using accidental sampling technique and collecting data using questionnaires and documentation then analyzed using multiple linear regression tests and significant tests using SPSS Version 24. Based on the analysis using the t test concluded that variables are store atmosphere, display product, and customer relationship management have a partial and significant effect on repurchase intention. The results obtained are store atmosphere t-count = 4,546 with a sig value of 0.000 <0.05, display product t-count = 2.144 with the value of sig 0.034 <0.05, customer relationship management t-count = 2.611 with a value of sig 0.025 <0.05. While for the simultaneous f test results obtained 17,685 with a value of sig 0,000 <0.05.

Keywords: *Store Atmosphere, Display Product, Customer Relationship Management, Repurchase Intention*