

## ABSTRAK

Perkembangan usaha saat ini yang berada di Indonesia semakin pesat, dengan ditunjukkannya banyaknya usaha makanan baru yang hadir. Salah satu gerai makanan pedas yang cukup populer di Indonesia yakni Mie Gacoan. Tujuan adanya penelitian ini adalah menganalisa apakah Minat Beli Ulang pada Mie Gacoan Wiyung Surabaya dipengaruhi oleh variabel yang telah dipilih yaitu Citra Merek, Suasana Toko dan Kualitas Pelayanan. Sebanyak 190 responden atau narasumber menjadi sampel, dimana untuk menentukan sampel tersebut dilakukan dengan teknik non probability sampling dimana data yang diperoleh didapat dari instrumen kuesioner yang disebar kepada responden konsumen Mie Gacoan Wiyung Surabaya dengan tetap memperhatikan tingkat ke valid-an dan tingkat reliabilitasnya. Data yang diperoleh kemudian di analisis memakai regresi linier berganda yang telah melewati pengujian asumsi klasik. Dengan hasil sebagai berikut  $Y = 3.069 + 0.579X_1 + 0.102X_2 + 0.236X_3 + e$ . Hasil uji menyatakan bahwa Minat Beli Ulang pada Mie Gacoan Wiyung Surabaya secara parsial dan positif serta signifikan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko dan, Citra Merek, kemudian Minat Beli Ulang pada Mie Gacoan Wiyung Surabaya juga dipengaruhi secara simultan oleh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, dan Suasana Toko secara positif dan signifikan.

Kata kunci: Citra Merek, Suasana Toko, Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang.

## ABSTRACT

*The current development of businesses in Indonesia is increasing rapidly, with the emergence of many new food businesses. One of the hot food outlets that is quite popular in Indonesia is Mie Gacoan. The purpose of this research is to analyze whether Repurchase Interest in Mie Gacoan Wiyung Surabaya is influenced by the variables that have been selected, namely Brand Image, Store Atmosphere and Service Quality. A total of 190 respondents or informants became the sample, where to determine the sample was carried out using a non-probability sampling technique where the data obtained was obtained from a questionnaire instrument which was distributed to consumer respondents at Mie Gacoan Wiyung Surabaya while still paying attention to the level of validity and the level of reliability. The data obtained is then analyzed using multiple linear regression which has passed the classical assumption test. With the following results  $Y = 3.069 + 0.579X_1 + 0.102X_2 + 0.236X_3 + e$ . The test results state that Repurchase Interest in Mie Gacoan Wiyung Surabaya is partially and positively and significantly influenced by Service Quality, Store Atmosphere and, Brand Image, then Repurchase Interest in Mie Gacoan Wiyung Surabaya is also influenced simultaneously by Service Quality, Brand Image, and Store Atmosphere in a positive and significant manner.*

*Key words: Brand Image, Store Atmosphere, Service Quality, Repurchase Intention.*