

ABSTRAK

Nama : Asfiani Rizkina
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Service Quality*, *Store Atmosphere* dan *Customer Satisfaction* Terhadap Minat Beli Ulang Produk *Fashion* pada Toko Mecca Galery Matangkuli

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *service quality*, *store atmosphere* dan *customer satisfaction* terhadap minat beli ulang produk *fashion* pada toko Mecca Galery Matangkuli. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Instrument dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas, uji determinasi (R^2) dan uji hipotesis (t). Penelitian ini dilakukan pada pelanggan yang sudah melakukan pembelian produk *fashion* pada toko Mecca Galery Matangkuli. Pada penelitian ini data yang digunakan merupakan data primer yang didapat dengan cara membagikan kuesioner kepada 102 responden. Teknik analisis data yang digunakan merupakan analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 26.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial, masing-masing variabel yaitu, *service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang dan *customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : *Service Quality*, *Store Atmosphere*, *Customer Satisfaction*, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

Name : Asfiani Rizkina
Study Program : Management
Title : The Influence of Service Quality, Store Atmosphere and Customer Satisfaction on Repurchase Interest in Fashion Products at the Mecca Galery Matangkuli Store

This study aims to determine the effect of service quality, store atmosphere and customer satisfaction on repurchase interest in fashion products at the Mecca Galery Matangkuli store. The research method used in this research is a quantitative method. The instrument in this study uses validity test, reliability test, classical assumption test used, namely normality test, multicollinearity test and heteroscedasticity test, determination test (R^2) and hypothesis test (t). This research was conducted on customers who have purchased fashion products at the Mecca Galery Matangkuli store. In this study the data used is primary data obtained by distributing questionnaires to 102 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis with the help of the SPSS 26.0 program. The results of this study indicate that partially, each variable, namely, service quality has no significant effect on repurchase interest, store atmosphere has a positive and significant effect on repurchase interest and customer satisfaction has a positive and significant effect on repurchase interest.

Keywords : *Service Quality, Store Atmosphere, Customer Satisfaction, Repurchase Interest.*