

ABSTRAK
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, PROMOSI,
DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN QIMO STORE JEPARA**

Danang Saputra Adi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, promosi, dan *store atmosphere* secara bersama-sama terhadap minat beli ulang konsumen di Qimo Store Jepara; 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen di Qimo Store Jepara; 3) Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen di Qimo Store Jepara; 4) Pengaruh promosi terhadap minat beli ulang konsumen di Qimo Store Jepara; dan 5) Pengaruh *store atmosphere* terhadap minat beli ulang konsumen di Qimo Store Jepara. Populasi penelitian ini adalah pelanggan Qimo Store Jepara. Teknik sampling yang digunakan ialah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100. Teknik analisis data digunakan ialah regresi linier berganda dengan melalui tahapan pengujian asumsi klasik sebagai prasyarat. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) secara serentak, seluruh variabel bebas mampu memprediksi kemampuan pengaruhnya terhadap minat beli ulang konsumen dan dinyatakan memiliki model yang cocok dengan data; 2) Secara parsial, variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen; 3) *Store atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen; 4) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen; 5) Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.

Kata kunci: Minat beli ulang konsumen, kualitas layanan, kualitas produk, promosi, *store atmosphere*, Qimo Store Jepara

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, PRODUCT QUALITY,
PROMOTION, AND STORE ATMOSPHERE ON QIMO STORE JEPARA
CONSUMER'S REPURCHASE INTENTION**

Danang Saputra Adi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

This study aims to determine 1) The influence of service quality, product quality, promotion, and store atmosphere simultaneously on purchase intention at Qimo Store, Jepara; 2) The influence of service quality on purchase intention at Qimo Store, Jepara; 3) The influence of product quality on purchase intention at the Qimo Store, Jepara; 4) The influence of promotion on purchase intention at Qimo Store Jepara; and 5) The influence of store atmosphere on purchase intention at Qimo Store Jepara. The population of this research is the customers of Qimo Store Jepara. The sampling technique used is purposive sampling with the sample size of 100 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression. The results of this study indicate that 1) simultaneously, all independent variables influence purchase intention; 2) Partially, the variables of Service Quality and Store Atmosphere influence significantly purchase intention; 3) while Product Quality and Promotion do not influence purchase intention.

Keywords: Purchase intention, service quality, product quality, promotion, store atmosphere, Qimo Store Jepara