

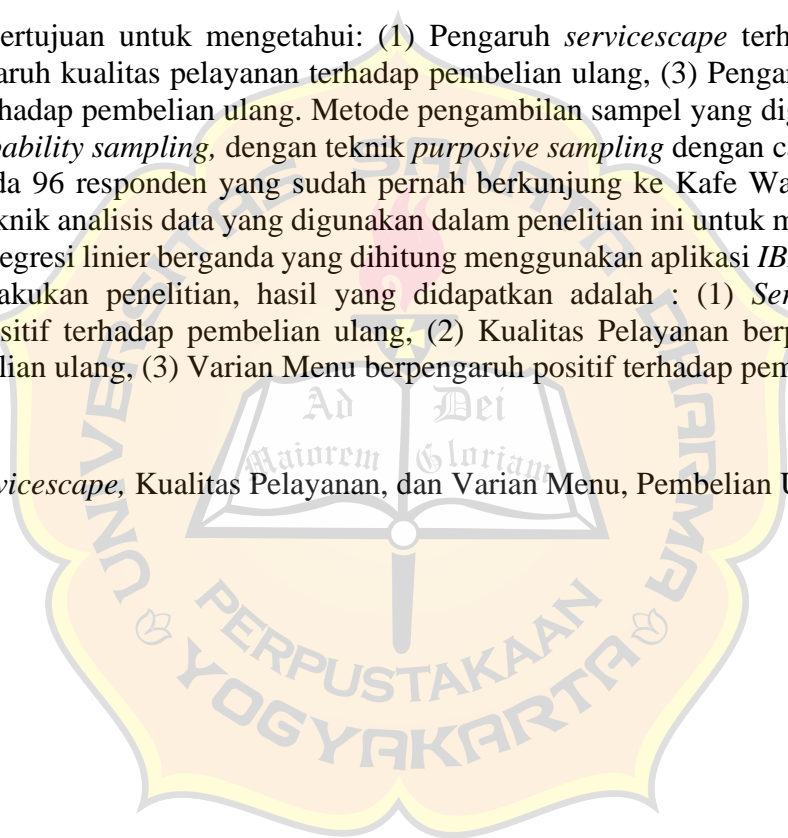
ABSTRAK

PENGARUH *SERVICESCAPE*, KUALITAS PELAYANAN, DAN VARIAN MENU TERHADAP PEMBELIAN ULANG DI KAFE WARUNG CUCIMULUT YOGYAKARTA

Yosep Kurniawan
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Pengaruh *servicescape* terhadap pembelian ulang, (2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap pembelian ulang, (3) Pengaruh varian menu berpengaruh terhadap pembelian ulang. Metode pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling* dengan cara membagikan kuesioner kepada 96 responden yang sudah pernah berkunjung ke Kafe Warung Cucimulut Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linier berganda yang dihitung menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 25*. Setelah dilakukan penelitian, hasil yang didapatkan adalah : (1) *Servicescape* tidak berpengaruh positif terhadap pembelian ulang, (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap pembelian ulang, (3) Varian Menu berpengaruh positif terhadap pembelian ulang.

Kata kunci: *Servicescape*, Kualitas Pelayanan, dan Varian Menu, Pembelian Ulang



ABSTRACT

INFLUENCE OF *SERVICESCAPE*, QUALITY OF SERVICE, AND MENU VARIATION ON REPEAT PURCHASE AT KAFE WARUNG CUCIMULUT YOGYAKARTA

Yosep Kurniawan
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to find out: (1) The influence of servicescape on repeat purchases, (2) The effect of service quality on repeat purchases, (3) The effect of menu variants on repeat purchases. The sampling method used by research is non probability sampling with purposive sampling technique done by distributing questionnaires to 96 respondents who have visited Kafe Warung Cucimulut Yogyakarta. The data analysis technique used in this study to test hypotheses is a multiple linear regression analysis calculated using the *IBM SPSS Statistic 25* application. The research found that: (1) *Servicescape* did not have a positive influence on repurchase, (2) Service Quality had a positive influence on repeat purchase, (3) Menu Variation had a positive influence on repeat purchase.

Keywords: *Servicescape, Quality of Service, and Menu Variants, Repurchase*

