

**ABSTRAK**  
**PENGARUH SUASANA TOKO, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP**  
**MINAT BELI ULANG**

Studi pada Melipir *Coffee And Space* Mrican

A Adven Risa Raga Widya Putra  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2022

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh suasana toko, harga, dan lokasi secara simultan terhadap minat beli ulang, 2) pengaruh suasana toko secara parsial terhadap minat beli ulang, 3) pengaruh harga secara parsial terhadap minat beli ulang, 4) pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli ulang. Penelitian ini dilakukan pada bulan Juni 2022. Populasi dalam penelitian ini adalah *customer* Melipir *Coffee And Space* Mrican yang jumlahnya tak terhitung. Responden dalam penelitian ini sejumlah 100 responden dengan *purposive sampling* sebagai teknik pengambilan sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, Uji F, Uji T dengan bantuan aplikasi IBM SPSS 26.0. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa: 1) suasana toko, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli ulang, 2) suasana toko secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang, 3) harga secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang, 4) lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang.

Kata kunci: Suasana Toko, Harga, Lokasi dan Minat Beli Ulang.

**ABSTRACT**  
**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRICE, AND LOCATION**  
**ON REPURCHASE INTENTION**

*A study at Melipir Coffee and Space, Mrican*

A Adven Risa Raga Widya Putra  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2022

*This study aims to determine 1) the simultaneous influence of store atmosphere, price, and location on repurchase intention, 2) the partial influence of store atmosphere on repurchase intention, 3) the partial influence of price on repurchase intention, 4) the partial influence of location on repurchase intention. This research was conducted in June 2022. The population in this study consist of customers Melipir Coffee and Space Mrican. The number of respondents in this study is 100 chosen with purposive sampling the sampling technique. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis, F-test, and T-test using IBM SPSS 26.0 application. The results of this study indicate that: 1) store atmosphere, price, and location simultaneously influence consumer repurchase intention, 2) partially store atmosphere doesn't influence consumer repurchase intention, 3) partially price influences consumer repurchase intention, 4) location partially influences consumer repurchase intention.*

*Keywords: Store Atmosphere, Price, Location, and Repurchase Intention.*