

ABSTRACT

Judul : Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Niat Beli Ulang dan Dimoderasi Harga pada *Coffee Shop Janji Jiwa*
Nama : Isri Novyanti
Program Studi : Manajemen
Dosen Pembimbing : Gilang Pratama Hafidz SE.S.Kom.MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Niat Beli Ulang dan Dimoderasi Harga pada *Coffee Shop Janji Jiwa*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli dan mengunjungi *Coffee Shop Janji Jiwa* di Jakarta yang berusia 16-31>tahun. Metode pengambilannya melalui teknik *non-probability sampling* dengan *purposive sampling* diperoleh sampel sebanyak 120 orang. Alat statistik yang digunakan adalah Analisis *Structural Equation Modeling* (SEM). Pengolahan data menggunakan software SmartPLS. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa *Store Atmosphere* dan Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Variasi Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan pada Niat Beli Ulang. Lalu Harga memoderasi Kepuasan Konsumen terhadap Niat Beli Ulang

Kata Kunci : *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Variasi Produk, Kepuasan Konsumen, Niat Beli Ulang, Harga

ABSTRACT

Judul : *The Influence of Store Atmosphere, Product Quality, Product Variations on Consumer Satisfaction in Repurchase Intention and Moderated Prices in Coffee Shop Janji Jiwa*

Nama : Isri Novyanti

Program Studi : Manajemen

Dosen Pembimbing : Gilang Pratama Hafidz SE.S.Kom.MM

This study aims to determine the influence of Store Atmosphere, Product Quality, Product Variations on Consumer Satisfaction in Repurchase Intention and Moderated Prices at the Coffee Shop Janji Jiwa. The population in this study are consumers who have bought and visited the Coffee Shop Janji Jiwa in Jakarta, aged 16-31> years. The sampling method used was non-probability sampling with purposive sampling, and obtained a sample of 120 people. The statistical tool used is the Analysis of Structural Equation Modeling (SEM). Data processing using SmartPLS software. The results of this study indicate that Store Atmosphere and Product Quality have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, while Product Variation has no positive and significant effect on Customer Satisfaction. Consumer satisfaction has a positive and significant effect on Repurchase Intention. Then Price moderates Consumer Satisfaction with Repurchase Intentions

Keywords: Store Atmosphere, Product Quality, Products Variation, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention, Price