

ABSTRAK

**PENGARUH SUASANA TOKO, *E-WOM*, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG YANG DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN KONSUMEN**

Studi pada Stomata Social Space Wonosobo

Basilius Fajar Januanto
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2022

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) pengaruh suasana toko terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 2) pengaruh *e-WOM* terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi, 3) pengaruh gaya hidup terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Perolehan data dilakukan dengan membagikan kuesioner tentang suasana toko, *e-WOM*, gaya hidup, minat kunjung ulang, dan kepuasan konsumen kepada 100 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Partial Least Square* dengan *software* SmartPLS 3.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) suasana toko berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan mediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 2) *E-WOM* berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan mediasi sebagian oleh kepuasan konsumen, 3) gaya hidup tidak berpengaruh positif terhadap minat kunjung ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi

Kata kunci: Suasana Toko, *Electronic Word of Mouth*, Minat Kunjung Ulang, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, E-WOM, AND LIFESTYLES TO REVISIT INTEREST MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION

A Study of Stomata Social Space Wonosobo

Basilius Fajar Januanto
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2022

This study aims to determine: 1) the influence of store atmosphere towards revisit interest with customer satisfaction as a mediating variable, 2) the influence of e-WOM towards revisit interest with customer satisfaction as a mediating variable, 3) the influence of lifestyles towards revisit interest with customer satisfaction as a mediating variable. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection was done by distributing questionnaires about store atmosphere, e-WOM, lifestyles, revisit interest and customer satisfaction to 100 respondents. Data analysis technique uses Partial Least Square method with SmartPLS 3.0 software. The result in this study showed that: 1) store atmosphere had a positive influence on revisit interest mediated partially by customer satisfaction, 2) e-WOM had a positive influence on revisit interest mediated partially by customer satisfaction, 3) lifestyles did not have a positive influence on revisit interest through customer satisfaction as a mediating variable.

Keywords: *Store Atmosphere, Electronic Word of Mouth, Lifestyles, Revisit Interest, Customer Satisfaction.*