

ABSTRAK

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP MINAT BELI ULANG**

**Studi Kasus pada Konsumen Mirota Batik
Jalan Jendral Ahmad Yani, No. 09, Malioboro
Yogyakarta**

Leonardus Manuntun
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) seberapa tinggi tingkat komunikatif *exterior* Mirota Batik menurut persepsi konsumen; (2) seberapa tinggi tingkat kenyamanan *interior* Mirota Batik menurut persepsi konsumen; dan (3) apakah *exterior* yang komunikatif dan *interior* yang nyaman menurut persepsi konsumen berpengaruh secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama terhadap minat beli ulang.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus pada konsumen Mirota Batik Yogyakarta dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara yang dilakukan pada bulan Mei - Juli 2012. Teknik pengambilan sampel yang digunakan *purposive convenience sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa: (1)*exterior* Mirota Batik komunikatif; (2)*interior* Mirota Batik nyaman; dan (3) variabel *store atmosphere* yang meliputi *exterior* dan *interior* secara sendiri-sendiri dan bersama-sama berpengaruh positif terhadap minat beli ulang.

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE
ON REPURCHASE INTEREST**

**Case study on the Consumers of Mirota Batik
Jalan Jenderal Ahmad Yani, 09, Malioboro
Yogyakarta**

Leonardus Manuntun
Sanata Dharma University
Yogyakarta

2012

The purpose of this research is to identify: (1) the level of exterior communicativeness of Mirota Batik; (2) the level of interior comfort of Mirota Batik based on consumer perception; (3) whether the exterior communicativeness and the interior comfort have influence on repurchase interest both partially and simultaneously.

This type of research is case study on the consumers of Mirota Batik Yogyakarta with as many as 100 respondents. Data collection technique used was questionnaires and interview. The data was collected from May to July 2012. The sampling technique used was purposive convenience sampling. The data was analyzed using Multiple Linear Regression analyses.

The result of data analysis showed that : (1) the exterior of Mirota Batik was communicative; (2) the interior of Mirota Batik was comfortable; (3) the variable of store atmosphere consisting of exterior and interior both partially and simultaneously had positive influence on repurchase interest.