

ABSTRAK

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *BRAND IMAGE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BERKUNJUNG KEMBALI PADA RESTORAN LOCCAL COLLECTION LABUAN BAJO

Isabella Wahana Putri Iju
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2025

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh *store atmosphere*, *brand image* dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo. 2) pengaruh *Store Atmosphere* secara parsial terhadap minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo. 3) pengaruh *brand image* secara parsial terhadap minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo 4) pengaruh *electronic word of mouth* secara parsial terhadap Minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo. Populasi dalam penelitian ini semua orang yang berdomisili di Labuan Bajo dengan rentan usia 22-45 tahun yang pernah mengunjungi restoran Loccal Collection Labuan Bajo minimal 1 kali kunjungan serta pernah membaca ulasan terkait Restoran Loccal Collection di media sosial. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS 25 dan data yang diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) *store atmosphere*, *brand image* dan *electronic word of mouth* secara simultan berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo. 2) *store atmosphere* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Minat berkunjung pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo 3) *brand image* secara parsial berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo 4). *electronic word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap Minat berkunjung kembali pada Restoran Loccal Collection Labuan Bajo.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Brand Image*, *Electronic Word of mouth*, Minat Berkunjung Kembali

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, BRAND IMAGE AND
ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON THE INTEREST TO REVISIT
THE LOCCAL COLLECTION LABUAN BAJO RESTAURANT.**

Isabella Wahana Putri Iju
Management Study Program, Faculty Of Economics
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2025

The research aims to determine 1) Simultaneous influence of store atmosphere, brand image and electronic word of mouth towards the interest to revisit to the Labuan Bajo Local Collection Restaurant. 2) Partial influence of store atmosphere towards interest in revisit the Local Collection Labuan Bajo Restaurant. 3) Partial influence brand image towards interest in returning to the Labuan Bajo Local Collection Restaurant 4) Partial influence electronic word of mouth towards the interest to revisit to the Labuan Bajo Local Collection Restaurant. The population in this research is the residents of Labuan Bajo aged 22-45 years who have visited the Loccal Collection Labuan Bajo restaurant at least once and have read reviews regarding the Loccal Collection Restaurant on the social media. The sample in this study is as many as 100 respondents selected using non probability sampling technique. The analysis technique used in this research is multiple linear analysis using the IBM SPSS 25 application. The research results show that: 1) store atmosphere, brand image and electronic word of mouth simultaneously influenced interest in revisiting the Local Collection Labuan Bajo Restaurant. 2) store atmosphere partially had no influence on interest in visiting the Local Collection Labuan Bajo Restaurant 3) brand image partially influenced the interest in returning to the Local Collection Labuan Bajo Restaurant 4). electronic word of mouth partially influenced the interest in returning to the Labuan Bajo Local Collection Restaurant.

Keywords: Store Atmosphere, Brand Image, Electronic Word of Mouth,
Interest to Revisit

