

**ANALISIS PENGARUH SUASANA TOKO, PERSEPSI HARGA,
KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARUNG KOPI KLOTOK PAKEM,
SLEMAN, D.I YOGYAKARTA.**

MAYA SAMOSIR

NIM. 141150020

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

mayasamosir97@gmail.com

Abstraksi

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Suasana Toko, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Warung Kopi Klotok Pakem, Sleman, D.I.Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan kriteria: melakukan pembelian di Warung Kopi Klotok minimal 2 kali dengan jumlah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis menggunakan uji F secara bersama-sama (simultan) dan uji t secara parsial. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Suasana Toko, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada tingkat signifikansi $0.000 < 0.005$. Dan nilai R Square sebesar 0,888 artinya 88.8% variasi dari Minat Beli Ulang dapat dijelaskan oleh keempat variabel independen (Suasana Toko, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) dan sisanya yaitu 11.2% ($100\% - 88.8\% = 11.2\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti. Kemudian secara parsial, keempat variabel independen yang terdiri dari Suasana Toko, Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan.

Kata kunci: Suasana Toko, Persepsi Harga, Kualitas Produk Kualitas Pelayanan, Minat Beli Ulang