PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, *STORE ATMOSPHERE*, DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN WARUNG KOPI MERAPI DUSUN PETUNG, DESA KEPUHHARJO, KECAMATAN CANGKRINGAN, KABUPATEN SLEMAN

Oleh:
Arih Hudha Alhaq
UPN "Veteran" Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, lokasi, *store atmosphere* dan *word of mouth* terhadap minat beli ulang konsumen Warung Kopi Merapi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, lokasi, *store atmosphere* dan *word of mouth*. Sedangkan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat beli ulang. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Analisis data penelitian menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, lokasi, *store atmosphere* dan *word of mouth* berpengaruh secara bersama-sama terhadap minat beli ulang konsumen Warung Kopi Merapi. Selain itu hasil penelitian menunjukkan bahwa masing-masing variabel kualitas produk, *store atmosphere* dan *word of mouth* secara parsial berpengaruh terhadap minat beli ulang, sedangkan lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli ulang. Hal ini menunjukkan semakin meningkat kualitas produk, *store atmosphere* dan *word of mouth* maka minat beli ulang juga meningkat.

Kata kunci: kualitas produk, lokasi, *store atmosphere*, *word of mouth*, minat beli ulang.