

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
ATMOSPHERE STORE TERHADAP MINAT BELI ULANG
PADA PELANGGAN FILOSOFI KOPI SLEMAN**

Ananda Reyhan Gessa

NIM.141180249

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPN “Veteran” Yogyakarta

141180249@student.upnyk.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh citra merek, kualitas produk, dan atmosphere store terhadap minat beli ulang pada pelanggan Filosofi Kopi Sleman. Fenomena yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah maraknya perkembangan coffee shop di Daerah Istimewa Yogyakarta. Metode pengolahan data dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti untuk jumlahnya. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling dan rumus Cochran untuk menentukan batas minimal sampel penelitian. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Hasil analisis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa: citra merek, kualitas produk, dan atmosphere store secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada konsumen Filosofi Kopi Sleman. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu Manajemen Pemasaran khususnya pada penelitian tentang minat beli ulang konsumen coffee shop.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Atmosphere Store, Minat Beli Ulang