

ABSTRAK

Robby Wahyu Al Ayubi (1209240186): Pengaruh *Store Atmosphere* Dan *Service Quality* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Outlet OB.Second

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terhadap *Repurchase Intention* pada Outlet OB.Second baik secara parsial maupun secara simultan.

Metode penelitian yang digunakan yaitu deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif yang pengambilan sampelnya menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 97 responden yang merupakan konsumen outlet OB.Second. Teknis analisis data yang digunakan yaitu analisis data deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis secara parsial (Uji t), secara simultan (Uji F), dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* yang dibuktikan dengan nilai t hitung yang lebih besar dari t-tabel, yaitu 2,043 lebih besar dari 1.661 (t tabel) dan nilai signifikansi 0,044 lebih kecil dari 0,050, dan *Service Quality* secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* dengan nilai t hitung sebesar ,492 lebih besar dari 1.661 (t tabel) dan nilai signifikansi 0,014 lebih kecil dari 0,050. Secara simultan *Store Atmosphere* dan *Service Quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *Repurchase Intention* nilai F hitung 12.450 lebih besar dari 3,093 (F tabel) dan nilai signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Besarnya hubungan variasi variabel independent dalam menjelaskan variabel dependennya berdasarkan nilai R Square yaitu sebesar 19,3% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: *Store Atmosphere*, *Service Quality*, dan *Repurchase Intention*