

ABSTRAK

PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA PRODUK KOPI KETJE KEMILING

Oleh

Hanif Aditya

Kopi Ketje merupakan usaha minuman olahan kopi yang berdiri tahun 2017, yang memiliki beberapa cabang usaha diantaranya cabang Kemiling. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel promosi penjualan yang dalam kegiatan promosinya dilakukan setiap sebulan dua kali dan variabel store atmosphere, karena cabang Kemiling memiliki suasana berbeda dengan cabang lain, sehingga penelitian ini dapat mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut terhadap minat beli ulang di Kopi Ketje Kemiling. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dan teknik pengambilan sample menggunakan teknik non probability sampling dengan jumlah responden sebanyak 100 responden berdomisili di Bandar Lampung. Hasil penelitian menyebutkan bahwa promosi penjualan dan store atmosphere, berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang di Kopi Ketje Kemiling. Promosi penjualan Kopi Ketje Kemiling sebaiknya mempertimbangkan waktu promosi dan store atmosphere mempertimbangkan tata letak dan *live music* yang dimainkan agar berpengaruh terhadap minat beli ulang Kopi Ketje Kemiling.

Kata kunci : Promosi Penjualan, Store Atmosphere, Minat Beli Ulang

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SALES PROMOTION AND ATMOSPHERE STORE ON REPURCHASE INTEREST IN KETJE KEMILING COFFEE PRODUCTS

By:
Hanif Aditya

Kopi Ketje is a processed coffee drink business that was founded in 2017 and has several business branches including the Kemiling branch. This research aimed to determine the influence of deep sales promotion variables Promotional activities are carried out twice a month and store atmosphere is variable, because the Kemiling branch has a different atmosphere from the other branches, so that this research can determine the influence of these two variables on interest in repurchasing at Kopi Ketje Kemiling. The type of research used is quantitative research with data collection methods through distribution questionnaires and sampling techniques using non-probability techniques sampling with a total of 100 respondents domiciled in Bandar Lampung. The research results stated that the sales and store promotions atmosphere has a significant effect on repurchase interest at Kopi Ketje Kemiling. Ketje Kemiling Coffee sales promotions should be considered promotional times and store atmosphere considering layout and live music which is played to influence the interest in repurchasing Ketje Kemiling Coffee.

Keywords: Sales Promotion, Store Atmosphere, Repurchase Interest