

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *CAFÉ ENERGI POSITIF* BANDAR LAMPUNG**

**Oleh:**

**Muhammad Ockha F**

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan secara empiris pengaruh Store Atmosphere dan Customer Experience terhadap minat beli ulang pada café energi positif Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan berupa kuantitatif asosiatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu konsumen caffè energi positif dengan sampel penelitian 230 responden. Data di kumpulkan menggunakan instrumen yang berupa kuesioner yang disebar secara online kepada konsumen energi positif. Data di analisis menggunakan analisis regresi linear berganda dengan terlebih dahulu di lakukan uji kelayakan instrumen dan uji asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Customer Experience dan Store Atmosphere mempengaruhi minat beli ulang, hasil uji simultan menunjukkan bahwa Store Atmosphere dan Customer Experience mempengaruhi minat beli ulang pada café energi positif.

**Kata kunci : store atmosphere , customer experience , minat beli ulang**