

# **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, VARIASI PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG PADA MANO BEACH HOUSE RESTAURANT SEMINYAK**

## **ABSTRAK**

Keputusan pembelian ulang yaitu kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ulang antara lain *store atmosphere*, variasi produk dan promosi. Penelitian ini diharapkan dapat menganalisa pengaruh *store atmosphere*, variasi produk, dan promosi untuk mendorong konsumen terhadap keputusan pembelian ulang di *Mano Beach House Restaurant* Seminyak. Penelitian ini dilakukan di *Mano Beach House Restaurant* berlokasi di Jl. Pantai Pura Petitenget Kerobokan Kelod, Seminyak, Kec. Kuta Utara, Kabupaten Badung, Bali. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh *store atmosphere*, variasi produk, dan promosi terhadap Keputusan pembelian ulang pada *Mano Beach House Restaurant* Seminyak.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh konsumen *Mano Beach House Restaurant* yang tidak diketahui jumlahnya. Dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Metode dalam penentuan sample yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Pada penelitian ini jumlah sampel sebesar 80 orang responden yang berasal dari konsumen *Mano Beach House Restaurant*. Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah studi dokumentasi, observasi, dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan *store atmosphere*, *variasi produk* dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ulang pada *Mano Beach House Restaurant* Seminyak.

**Kata kunci:** *store atmosphere*, variasi produk, promosi, dan keputusan pembelian ulang.

**THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE, PRODUCT VARIATION,  
AND PROMOTION ON REPURCHASE DECISIONS AT  
MANO BEACH HOUSE RESTAURANT SEMINYAK**

**ABSTRACT**

*Repurchase decisions are purchasing activities that are carried out more than once or several times. Factors that influence repurchase decisions include store atmosphere, product variations and promotions. This research is expected to be able to analyze the effect of store atmosphere, product variety, and promotions to encourage consumers to repurchase decisions at Mano Beach House Restaurant Seminyak. This research was conducted at Mano Beach House Restaurant located on Jl. Petitenget Temple Beach, Kerobokan Kelod, Seminyak, Kec. North Kuta, Badung Regency, Bali. The object of this study is the effect of store atmosphere, product variety, and promotions on repurchasing decisions at Mano Beach House Restaurant Seminyak.*

*In this study, the population is all customers of Mano Beach House Restaurant which are not known in number. In this study using non-probability sampling technique. The method of determining the sample used in this study is purposive sampling. In this study, the number of samples was 80 respondents who came from consumers of Mano Beach House Restaurant. Data collection methods used in this study were documentation studies, observations, and questionnaires. The data analysis technique used in this study was multiple linear regression analysis.*

*The results showed that store atmosphere, product variety and promotion had a positive and significant effect on repurchasing decisions at Mano Beach House Restaurant Seminyak.*

**Keywords:** *store atmosphere, product variety, promotions, and repurchasing decisions.*