

PENGARUH *LIFESTYLE*, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA *RESTAURANT THE SAND BEACH* SEMINYAK

Abstrak

Setiap pelaku usaha yang bergerak di bidang kuliner dituntut untuk selalu memiliki kreativitas dalam pengolaan tempat bisnisnya. Selain harus memiliki kreativitas pelaku usaha harus dapat menimbulkan minat beli ulang konsumen agar mendapatkan keuntungan. Minat beli ulang dapat ditingkatkan dengan meningkatkan *lifestyle*, *store atmosphere* dan kualitas produk untuk bersaing di industri kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan *lifestyle*, *store atmosphere* dan kualitas produk baik secara bersama-sama maupun secara parsial serta mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap minat beli ulang pada konsumen *Restaurant The Sand Beach* Seminyak.

Penelitian ini dilakukan di *Restaurant The Sand Beach* Seminyak. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sedangkan sumbernya menggunakan data primer dan sekunder. Dengan jumlah sampel yang diambil yaitu sebanyak 120 responden dengan metode *purposive sampling*. Data ini dikumpulkan dengan cara studi kepustakaan, kuesioner dan dokumentasi. Data ini dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dibantu dengan program SPSS versi 24.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *lifestyle*, *store atmosphere* dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keinginan tamu untuk berbelanja pada *Restaurant The Sand Beach* Seminyak.

Kata Kunci : *Lifestyle*, *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang

Abstract

Every business actor engaged in the culinary field is required to always have creativity in managing his place of business. Apart from having to have creativity, business actors must be able to generate consumer repurchase interest in order to make a profit. Repurchase intention can be increased by increasing lifestyle, store atmosphere and product quality to compete in the culinary industry. This study aims to determine the role of lifestyle, store atmosphere and product quality both jointly and partially as well as knowing the variables that have a dominant influence on purchase intention repeated to consumers at Restaurant The Sand Beach Seminyak.

This research was conducted at The Sand Beach Restaurant Seminyak. The type of data used in this research is qualitative and quantitative data. While the source uses primary and secondary data. The number of samples taken was 120 respondents using purposive sampling method. This data was collected by means of literature studies, questionnaires and documentation. This data was analyzed using multiple linear regression analysis assisted by the SPSS version 24 program.

The results of this study indicate that lifestyle, store atmosphere and product quality simultaneously have a significant effect on guests' desire to shop at The Sand Beach Seminyak Restaurant.

Keywords: Lifestyle, Store Atmosphere, Product Quality, Repurchase Interest

