

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN *STORE ATMOSPHERE*
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Study Pada Restaurant Ayam Bludak Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Manajemen



Oleh :

Agung Widodo

201910160311231

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2023



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Program Studi : Manajemen, Akuntansi, Ekonomi Pembangunan, Profesi Akuntansi
Kampus III : Jl. Raya Tlogomas No.246 Telp. (0341) 464318-19 Fak. (0341) 460782 Malang 65144
Email : webmaster@unix.umm.ac.id website : http://www.umm.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Tugas Akhir Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang pada :

Hari, Tanggal : Sabtu, 18 November 2023
Tempat : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Telah mengadakan Ujian Tugas Akhir atas nama mahasiswa :

Nama : AGUNG WIDODO
NIM : 201910160311231
Program Studi : Manajemen
Judul : PENGARUH VARIASI PRODUK DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP NIAT PEMBELIAN
ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Dengan susunan penguji sebagai berikut :

No	Nama Dosen Penguji	Sebagai	Nilai	Tanda Tangan
1	ROHMAT DWI JATMIKO, Drs., M.M., Dr.	Pembimbing I	79	
2	YULIST RIMA FIANDARI, S.P.,MM., Dr	Pembimbing II	79	
3	SRI NASTITI ANDARINI, Dra., M.M.	Penguji I	78	
4	ARDIK PRAHARJO, S.AB.,M.AB.	Penguji II	79	

016.465.5.143.3.2552447552448.88741.20231113.20231118

Nilai rata-rata : 78,75 / BT
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus *)
Publikasi : Tidak Layak
 Layak dipublikasikan di eprints.umm.ac.id
 Layak dipublikasikan di student-research.umm.ac.id
 Layak dipublikasikan di Jurnal Nasional
 Layak dipublikasikan di Jurnal International

Malang, 13 November 2023

Ketua Tim Penguji,

SRI NASTITI ANDARINI, Dra., M.M.

Mengetahui,
a.n. Dekan FEB UMM,
Wakil Dekan I

WIDAYAT, Dr. Drs., M.M.

Ketua Program Studi,

NURUL ASFIYAH, Dr., M.M.

Keterangan : *) Coret yang tidak perlu

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN**

**SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Study pada Restaurant Ayam Bludak Malang)**

Yang disiapkan dan disusun oleh:

Nama : **Agung Widodo**
NIM : **201910160311231**
Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 18 November 2023 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

- Penguji I : **Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.**
- Penguji II : **Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.**
- Penguji III : **Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.**
- Penguji IV : **Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE
TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Study pada Restaurant Ayam Bludak Malang)**

Oleh:
Agung Widodo
201910160311231

Diterima dan disetujui
pada tanggal 18 November 2023

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M.

Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Jurusan

Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Agung Widodo

NIM : 201910160311231

Program Studi : Manajemen

E-mail : agungwidodo021@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar asli dan hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain.
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (*referensi*) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan, dengan menyebutkn nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka. Sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebesar-besarnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Malang, ... November 2023

Yang membuat pernyataan



Agung Widodo

**Pengaruh Variasi Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Niat Pembelian
Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi**

(Study Pada Restaurant Ayam Bludak Malang)

Agung Widodo

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: agungwidodo021@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk : mengetahui pengaruh variasi produk terhadap niat pembelian ulang. mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap niat pembelian ulang. mengetahui pengaruh variasi produk terhadap kepuasan pelanggan. mengetahui pengaruh *Store Atmosphere* terhadap kepuasan pelanggan. mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap niat pembelian ulang. mengetahui peran mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh variasi produk terhadap niat pembelian ulang. mengetahui peran mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh *Store Atmosphere* terhadap niat pembelian ulang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Ayam Bludak Kota Malang dengan sampel sebesar 385 responden menggunakan teknik *quota sampling*. Metode yang digunakan menggunakan analisis jalur dengan SPSS 25. Dari penelitian ini didapatkan hasil : variasi produk, *Store Atmosphere* dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap niat pembelian ulang. Variasi produk dan *Store Atmosphere* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi dapat memediasi pengaruh variasi produk dan juga *Store Atmosphere* terhadap niat pembelian ulang.

Kata Kunci – *variasi produk, Store Atmosphere , kepuasan pelanggan, niat pembelian ulang*

**Pengaruh Variasi Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Niat Pembelian
Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi**

(Study Pada Restaurant Ayam Bludak Malang)

Agung Widodo

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl.Raya Tlogomas No.246 Malang

E-mail: agungwidodo021@gmail.com

Abstract

This research aims to: determine the effect of product variations on repurchase intentions. determine the effect of Store Atmosphere on repurchase intentions. determine the effect of product variations on customer satisfaction. determine the effect of Store Atmosphere on customer satisfaction. determine the effect of customer satisfaction on repurchase intentions. determine the mediating role of customer satisfaction on the influence of product variations on repurchase intentions. determine the mediating role of customer satisfaction on the influence of Store Atmosphere on repurchase intentions. The population in this study was consumers Ayam Bludak with a sample of 385 respondents using quota sampling techniques. The method used uses path analysis with SPSS 25. From this research the results obtained: product variety, Store Atmosphere and customer satisfaction have a significant positive effect on repurchase intentions. Product variety and Store Atmosphere have a significant positive effect on customer satisfaction. Research shows that customer satisfaction as a mediating variable can mediate the influence of product variations and Store Atmosphere on repurchase intentions.

Keywords – product variety, Store Atmosphere , customer satisfaction, repurchase intention

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya serta sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Niat Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”** ini dapat terselesaikan pada waktu yang telah direncanakan. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai derajat Sarjana di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan dorongan yang tiada henti akan sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Sebagai ungkapan rasa syukur dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Fauzan M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang
2. Prof. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang
3. DR. Nurul Asfiah, M.M selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang
4. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
5. Dr. Drs. Rohmat Dwi Jatmiko, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Yulist Rima Fiandari, S.P., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang dengan luar biasa membimbing, mengarahkan, meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

7. Teristimewa kepada kedua orang tua saya Bapak Yuwono Dan Ibu Sugiyem, sekaligus untuk Kakak saya Bambang Kristianto, Sepka Yuanto, Dan Afriana Yulianti serta keluarga besar saya yang tiada hentinya memberikan doa, motivasi, dukungan serta kasih sayang sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
8. Terima kasih untuk teman teman saya yang sudah menemani mengerjakan skripsi ini terutama Rafli Affanda, Andra, Ari, Rifat, Shendy, Isa, Brian, Rasyiq, Dimas, Ibrahim, Sakip dan Alm Rafli Angga Syahputra dan Terima kasih untuk kekasih saya Putri Agil Ardiela, yang selalu menemani saya revisi skripsi dan terima kasih untuk seluruh teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas doa dan *support* yang tak pernah henti saya dapatkan.
9. *Last but not least, i wanna thank me for believing in me to doing all this hard work and never quit.*

Akhirnya, dengan keterbatasan dan kekurangan saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkan serta semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

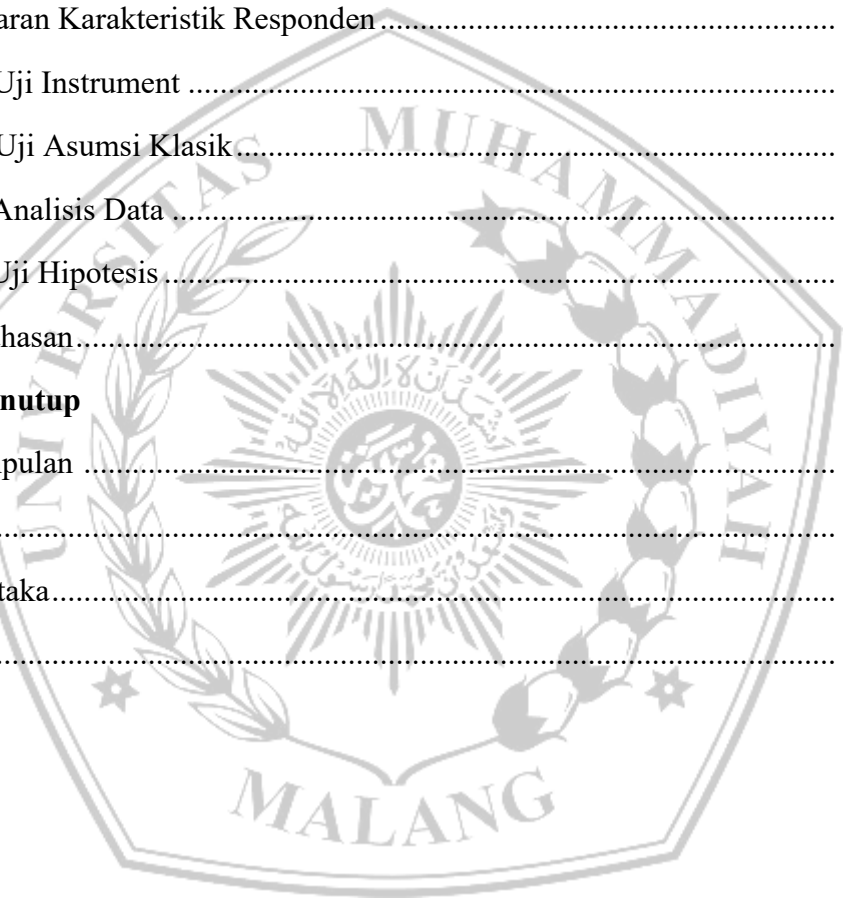
Malang, November 2023

Agung Widodo

DAFTAR ISI

Cover.....	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Orisinalitas.....	iii
Abstrak.....	iv
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
BAB I Pendahuluan	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II Tinjauan Pustaka	
A. Penelitian Terdahulu.....	7
B. Landasan Teori	17
C. Kerangka Pikir.....	28
D. Hipotesis	29
BAB III Metode Penelitian	
A. Lokasi Penelitian	33
B. Jenis Penelitian	33
C. Populasi, Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
D. Definisi Operasional Variabel	35
E. Data Dan Sumber Data	36
F. Teknik Pengumpulan Data.....	37

G. Teknik Pengukuran Variabel.....	37
H. Uji Instrumen.....	38
I. Teknik Analisis Data	39
J. Uji Asumsi Klasik.....	40
K. Uji Hipotesis	41
BAB IV Hasil dan Pembahasan	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43
B. Gambaran Karakteristik Responden	43
C. Hasil Uji Instrument	45
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
E. Hasil Analisis Data	49
F. Hasil Uji Hipotesis.....	52
F. Pembahasan.....	56
BAB V Penutup	
A. Kesimpulan	66
B. Saran	67
Daftar Pustaka.....	69
Lampiran.....	72



Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	29
---------------------------------	----



Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 3.2 Skala Likert.....	38
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 4.2 Umur Responden	44
Tabel 4.3 Intensitas Pembelian	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Analisis Jalur Variabel Niat pembelian ulang...	49
Tabel 4.9 Rekapitulasi Hasil Analisis Jalur Variabel kepuasan pelanggan.....	50
Tabel 4.10 Pengaruh langsung dan tidak langsung.....	51
Tabel 4.11 Rekapitulasi hasil uji t (Niat pembelian ulang)	53
Tabel 4.12 Rekapitulasi hasil uji t (Kepuasan Pelanggan)	53
Tabel 4.13 Hasil uji sobel X1 terhadap Y melalui Z	55
Tabel 4.14 Hasil uji sobel X2 terhadap Y melalui Z	55

Daftar Lampiran

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	72
Lampiran 2	Rekapitulasi Hasil Jawaban Responden	76
Lampiran 3	Hasil Uji Instrumen	86
Lampiran 4	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	91
Lampiran 5	Hasil Uji Hipotesis	93
Lampiran 6	Hasil Uji Hipotesis	95



DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. M., Handayanto, E., & Y. Fiandari, R. (2022). The Effect of *Store Atmosphere* on Repurchase Intention with Customer Satisfaction as Mediation Variable. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 2(03).
- Arianty, Nel (2015). *Manajemen Pemasaran*, Medan : Perdana Publishing
- Assauri, S. (2019). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2016). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Bisnis: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management: A Strategic Approach*, Global Edition. Edisi 13. New Jersey: Pearson Education Limited.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Erlangga.
- Cohen, et al. (2007). *Metode Penelitian dalam Pendidikan*. New York. Routledge.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).
- Foster, Bob. (2008). *Manajemen ritel* . Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, A., Arifin, R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan MR. DIY Tlogomas Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif & Mixed Methode*. Kuningan. Hidayatul Quran Kuningan
- Huda, I. U., Karsudjono, A., & Darmawan, R. (2020). Pengaruh Store Athmosphere Dan Brand Awereness Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Warung Kopi 88 Banjar Indah Permai Melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(4), 492-508.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Jaber, L., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Toko Dan Keragaman Produk Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi (Study Pada Sardo Swalayan Kota Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 10(09).
- Jonathan, Sarwono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kothari, C. R. (2004). *Research Methodology: Methods and Techniques* (2nd ed.). New Delhi: New Age International Publisher.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Amstorng, G. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller, K. (2018). *Manajemen Pemasaran* (11th ed.). Jakarta: Gramedia Lovelock.
- Kuncoro, Mudrajad. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Leindarita, B., & Andriansa, R. (2022). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang (Studi Pada Konsumen Coco Coffee). *Jurnal Mirai Management*
- Lemeshow, Stanley. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*, Gadjah Mada University, Yogyakarta.
- Lestari, B., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Coffeerville-Oishi Pan Magelang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(3), 150-159.
- Levy, M., & Weitz, B. A. (2012). *Retailing Management* Information Center. New York: McGraw Hill Higher Education.
- Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maharani, V. (2013) *Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisisioner dan Analisis Data)*. 2nd edn.
- Molinari, L.K., et al. (2008). Satisfaction, Quality And Value And Effects On Repurchase And Positive Word-Of-Mouth Behavioral Intentions In A B2B Services Context. *Journal of Services Marketing*. Vol 22
- Musarofah, I. (2020, August). Pengaruh Keanekaragaman Produk, *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 2).
- Pawarti, G., Ngatno, N., & Hadi, S. P. (2022). Pengaruh Variasi Produk terhadap Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Konsumen Supermaret Toko Pomo Boyolali). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 1-8.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* Terjemahan oleh Diah Tantri Dwiandani. Jakarta: Erlangga.
- Prastyaningasih, A. S. (2014). Pengaruh Customer Experience Terhadap Repurchase Intention (Niat Membeli Ulang)(Survei pada Konsumen KFC di Lingkungan Warga RW 3 Desa Kandangrejo, Kedungpring, Lamongan)
- Priyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zifatama Publishing
- Rahmawati, D., Rahadhini, M. D., & Sumaryanto, S. (2020). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Produk Terhadap Niat Beli Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Konsumen Marakez Café Di Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1).
- Riduwan dan Engkos Achamad Kuncoro. (2017). *Cara Menggunakan Dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Rosita, R. (2016). "Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Dan Kenyamanan Berbelanja terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Lotte Mart Bekasi Junction," *J. Ilm. WIDYA Ekon.*, vol. 1, no. 2, pp. 98–103.
- Salim, Syahrudin. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Cipta Pustaka.

- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Saraswati, K. D., Sanjaya, P. K. A., & Trarintya, M. A. P. (2021). Pengaruh Variasi Produk Dan *Store Atmosphere* Terhadap Repurchase Intention. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 1(2), 431-442.
- Saraun, G. F., Tumbuan, W. J., & Tielung, M. V. (2022). The Influence Of The Physical Environment And Service Quality In Coffee Shop On Repurchase Intention (Case Study On Janji Jiwa Coffee Shop In Tomohon). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 604-614.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian* (6th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, P. A., & Rastini, N. M. (2021). The Effect of Product Quality, Service Quality, and Atmosphere Stores on Customer Satisfaction and Its Impact on Repurchase Intention. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 395-402.
- Soebandhi, S., Wahid, A., & Darmawanti, I. (2020). Service quality and *Store Atmosphere* on customer satisfaction and repurchase intention. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 13(1), 26-36.
- Spark, Richard E. And D, Legault. (2005). *A Definition of Quality for Total Customer*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tanzeh, Ahmad. (2011). *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, F. (2014). *Strategi Pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Utami, Cristina. (2017). *Manajemen Ritel, Setrategi dan Implementasi Oprasional Bisnis Ritel di Indonesia*, Jakarta: Salemba empa
- Yuri dan Rahmat Nurcahyo. (2013). *TQM Manajemen Kualitas Total dalam Perspektif Teknik Industri*. Jakarta: Indeks.

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.kajianpustaka.com Internet Source	3%
2	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	2%
3	repository.stei.ac.id Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On