

ABSTRAK

Christabella Viana Austine (01541190007)

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* PADA TOKO ROTI DAN KUE TOUS LES JOURS, SUPERMALL KARAWACI

Roti merupakan makanan yang menduduki peringkat ketiga setelah mie dan nasi sebagai makanan pokok orang Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik 2022 menunjukkan pertumbuhan konsumsi roti baik untuk jenis roti tawar maupun roti manis, roti lainnya di Indonesia. Data ini menjelaskan bahwa masyarakat Indonesia lebih menggemari roti manis, roti lainnya karena terjadi peningkatan 11.81% dari tahun 2018-2021. Salah satu toko roti dan kue artisan yang populer di Indonesia adalah Tous Les Jours. Tous Les Jours merupakan usaha toko roti dan kue yang berasal dari negara Korea Selatan yang dimiliki oleh CJ Foodville, dibawah naungan CJ Group. Oleh karena itu identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah melihat suasana atau *store atmosphere* dan *food quality* dari Tous Les Jours Supermall Karawaci apakah berpengaruh pada *repurchase intention* pelanggannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Pengumpulan data melalui kuesioner menggunakan skala likert. Jumlah sampel yang diambil adalah 176 responden menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu menggunakan karakteristik responden. Teknik analisis data adalah analisis deskriptif, pengujian kualitas data, dan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, analisis regresi linear berganda, uji-t dan uji-F. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui SPSS menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar $4.786 >$ nilai t-tabel sebesar 1.635371 dan pada uji-f didapatkan f-hitung $62.008 >$ f-tabel 2.66 . Dapat disimpulkan bahwa variabel *store atmosphere* dan *food quality* memiliki pengaruh terhadap variabel *repurchase intention*.

Kata kunci: *Food Quality, Store Atmosphere, Repurchase Intention*



ABSTRACT

Christabella Viana Austine (01541190007)

THE INFLUENCE OF STORE ATMOSPHERE AND FOOD QUALITY ON REPURCHASE INTENTION AT TOUS LES JOURS BREAD AND CAKE STORES, SUPERMALL KARAWACI

Bread is a food that ranks third after noodles and rice as a staple food for Indonesians. According to data from the Central Bureau of Statistics for 2022, it shows growth in bread consumption for both white and sweet bread, other types of bread in Indonesia. This data explains that the Indonesian people prefer sweet bread, other breads because there has been an increase of 11.81% from 2018-2021. One of the most popular artisan bakeries and cakes in Indonesia is Tous Les Jours. Tous Les Jours is a bakery and cake shop business originating from South Korea which is owned by CJ Foodville, under the auspices of the CJ Group. Therefore the identification of the problem in this study is to see the atmosphere or store atmosphere and food quality of Tous Les Jours Supermall Karawaci whether it has an effect on customer repurchase intention. This research uses quantitative methods. Data collection through a questionnaire using a Likert scale. The number of samples taken was 176 respondents using a non-probability sampling technique with a purposive sampling technique, namely using the characteristics of the respondents. Data analysis techniques are descriptive analysis, data quality testing, and hypothesis testing by using validity test, reliability test, classical assumption test, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, multiple linear regression analysis, t-test and F-test. Based on the research results obtained through SPSS, it shows that the t-count value is $4,786 >$ the t-table value is 1.635371 and the f-test shows that the f-count is $62,008 >$ f-table 2.66 . It can be concluded that the store atmosphere and food quality variables have an influence on the repurchase intention variable.

Keywords: *Food Quality, Store Atmosphere, Repurchase Intention*

