

## **ABSTRAK**

**DERIAN OTTOMAN**  
**02619220026**

### **PENGARUH *ATMOSPHERE*, *EXPERIENCE MARKETING* DAN *FOOD QUALITY* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN MINAT PEMBELIAN ULANG PADA KONSUMEN RASA BUNDA**

Penelitian ini dilakukan di Rasa Bunda. Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui dan menganalisis *Atmosphere*, *Experience Marketing* dan *Food Quality* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang pada Rasa Bunda.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Atmosphere*, *Experience Marketing* dan *Food Quality*, Kepuasan Konsumen dan Minat Pembelian Ulang *yality*.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah Konsumen Rasa Bunda. Jumlah sampel sebanyak 190 responden dengan teknik pengambilan sampel adalah *snowball sampling* sebagai teknik pengumpulan sampel. Teknik analisa data menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *atmosphere* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rasa Bunda, *experience marketing* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen pada Rasa Bunda, *food quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rasa Bunda, kepuasan konsumen tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada Rasa Bunda, *atmosphere* tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli ulang pada Rasa Bunda, *experience marketing* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Rasa Bunda dan *food quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang pada Rasa Bunda.

**Kata Kunci:** *Atmosphere*, *Experience Marketing* dan *Food Quality* Kepuasan Konsumen, Minat Pembelian Ulang

## ABSTRACT

**DERIAN OTTOMAN**  
**02619220026**

### ***THE INFLUENCE OF ATMOSPHERE, EXPERIENCE MARKETING AND FOOD QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION AND PURCHASE INTEREST AT CUSTOMER RASA BUNDA***

*This research was conducted in Rasa Bunda. The purpose of this study was to determine and analyze the Atmosphere, Experience Marketing and Food Quality have a significant effect on Customer Satisfaction and purchase interest in the taste of the mother.*

*The theory used in this study is the atmosphere, experience marketing and food quality, customer satisfaction and interest in re-purchase.*

*The research method used in this study is a quantitative method. The population of this study is a customer of Rasa Bunda. The number of samples as many as 190 respondents with the sampling technique is snowball sampling as a sample collection technique. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis.*

*The results showed that the atmosphere has an effect on customer satisfaction, experience marketing has a significant and positive effect on customer satisfaction, food quality has a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction does not have an effect on repurchase interest. atmosphere has no influence on re-purchase interest, experience marketing has no significant influence on re-purchase interest and food quality has a significant influence on re-purchase interest..*

***Keywords: Atmosphere, Experience Marketing and Food Quality, Customer Satisfaction, Purchase Interest***