

## ABSTRAK

### **Pengaruh *Store Atmosphere* dan *Service Quality* Terhadap *Revisit Intention* Konsumen pada Muaro Terrace Grand Inna Padang.**

**Oleh: Robbi Yasin**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *store atmosphere* dan *service quality* terhadap *revisit intention* konsumen pada Muaro Terrace agar dapat meningkatkan kunjungan yang berdampak pada pendapatan Muaro Terrace. Penelitian ini juga untuk mengidentifikasi *store atmosphere* serta *service quality* di Muaro Terrace yang berdampak pada *revisit intention*. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah asosiatif dengan data kuantitatif. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji normalitas, uji multikoloniaritas dan uji heteroskedasitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengolahan data dari 98 sampel, dengan menggunakan SPSS versi 20.00. Diketahui bahwa variabel *Store Atmosphere* (X1) secara keseluruhan menunjukkan persentase 82,7% pada rentang  $\geq 84$  dengan kategori sangat baik. Variabel *Service Quality* (X2) secara keseluruhan menunjukkan persentase 82,7% pada rentang  $\geq 55,99$  dengan kategori sangat baik. Variabel *Revisit Intention* (Y) secara keseluruhan menunjukkan persentase 52% pada rentang  $\geq 60$  dengan kategori sangat baik.

Dapat disimpulkan bahwa hasil uji Regresi linear berganda diperoleh F hitung 19,868 dengan sign  $0,000 < 0,05$  maka artinya variabel *Store Atmosphere* (X1) dan *Service Quality* (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *Revisit Intention* (Y), maka  $H_a$  diterima. Kemudian koefisien determinasi diperoleh R square 0,295, artinya kontribusi variabel *Store Atmosphere* (X1) dan *Service Quality* (X2) terhadap variabel *Revisit Intention* (Y) adalah sebesar 29,5% sedangkan 70,5% ditentukan oleh faktor lain dari *store atmosphere* dan *service quality*.

**Kata Kunci :** *Store Atmosphere, Service Quality, Revisit Intention*