

ABSTRAK

Persaingan bisnis semakin kuat, banyaknya perusahaan dalam bersaing untuk merebut *market share* melalui berbagai macam cara dengan melakukan inovasi-inovasi produk, barang atau jasa yang dihasilkan. Perkembangan yang semakin maju menimbulkan tingkat kewaspadaan bagi para pengusaha agar dapat memantau persaingan yang sehat maupun persaingan yang tidak sehat. Keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari strategi pemasaran yang digunakan dalam mencapai tujuan utama perusahaan. Membentuk kepercayaan perusahaan kepada ruang lingkup sekitar dapat dilakukan dengan hal-hal atau kegiatan positif bagi lingkungan sekitar. Kepercayaan konsumen sangat dibutuhkan oleh perusahaan demi meningkatkan kredibilitas perusahaan.

Obyek penelitian ini adalah perusahaan cafe atau restoran, yaitu Cafe D'Bims terletak di wilayah kabupaten Semarang, tepatnya di Ungaran memiliki peluang bisnis yang sangat besar di masa sekarang. Berdasarkan data, penjualan selama tahun 2015 mengalami fluktuatif, artinya kepuasan pelanggan Cafe D'Bims belum maksimal, sehingga minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang juga rendah. Beberapa faktornya adalah atmosfer café dan kualitas pelayanan yang tidak maksimal. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dan menganalisis sejauh mana pengaruh atmosfer café, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen dalam kaitannya untuk menarik minat beli ulang konsumen.

Populasi penelitian ini adalah konsumen Cafe D'Bims Ungaran dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Jenis datanya primer dan sekunder. Metode pengumpulan datanya kuesioner. Teknik analisis yang digunakan analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Atmosfer cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. 4. Atmosfer cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. 5. kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kata Kunci : Atmosfer Cafe, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang