

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh *store atmosphere* terhadap *repurchase decision* dan loyalitas konsumen pada konsumen *coffe shop* di Kota Semarang.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden yang pernah mengunjungi *coffe shop* di Semarang minimal dua kali. Kemudian data yang terkumpul diolah menggunakan analisis SEM. Aplikasi *software IBM SPSS* dan Amos dengan *goodness of fit*

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *repurchase decision* dan juga loyalitas konsumen.

Kata kunci : *store atmosphere, repurchase decision, loyalitas konsumen*