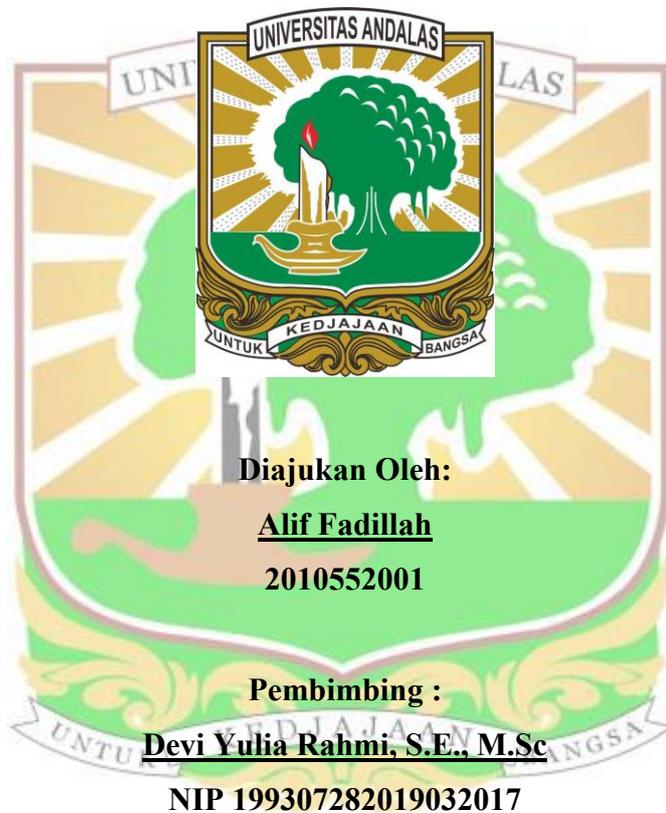


**MEMAHAMI NIAT KONSUMEN UNTUK MENGUNJUNGI
KEMBALI *COFFEE SHOP* DI KOTA PAYAKUMBUH:
PENERAPAN TEORI PERILAKU TERENCANA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program
Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Andalas



**PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ANDALAS
PAYAKUMBUH
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teori perilaku terencana terhadap niat berkunjung kembali pada *coffee shop* di Kota Payakumbuh. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research*, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan ukuran sampel berjumlah 121 responden yang merupakan konsumen *coffee shop* di Kota Payakumbuh dalam enam bulan terakhir. Data diolah dan dianalisis menggunakan metode PLS-SEM menggunakan perangkat lunak *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa teori perilaku terencana berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat berkunjung kembali. Selain itu, kewajaran harga dan suasana toko terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Namun, kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap variabel sikap. Temuan ini membuktikan bahwa penerapan teori perilaku terencana yang baik dapat meningkatkan niat berkunjung kembali konsumen pada *coffee shop* di kota Payakumbuh. Implikasi pada penelitian ini menunjukkan suasana toko lebih dominan dalam membentuk sikap konsumen, saran bagi pelaku usaha *coffee shop* sebaiknya strategi bisnis difokuskan pada peningkatan pengalaman konsumen dan pemerintah daerah diharapkan mendukung melalui pelatihan bagi pelaku usaha serta penyelenggaraan acara lokal yang melibatkan *coffee shop* sebagai bagian daya tarik daerah.

