

PENGARUH SUASANA CAFÉ, VARIASI PRODUK, PROMOSI, DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CIAO POINT

Oleh:

NUR ASTRI WAHYUDENTI (141140142)

astridenti@gmail.com

ABSTRAK

Fenomena yang berkembang di masyarakat saat ini yaitu adanya integrasi antara café dengan perubahan gaya hidup konsumen, dimana konsumen yang datang ke café tidak hanya untuk sekedar makan dan minum saja, melainkan juga sebagai ajang untuk berkumpul bersama teman, keluarga, rekan kerja bahkan untuk menyalurkan hobi sebagian dari konsumen yaitu fotografi dan videografi. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh suasana café, variasi produk, promosi, dan persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada ciao point. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah mengunjungi dan membeli produk pada Ciao Point minimal dua kali. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis seluruh hipotesis penelitian ini membuktikan bahwa suasana café, variasi produk, promosi, dan persepsi kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada ciao point. Hasil pengujian membuktikan bahwa semakin tinggi suasana café, variasi produk, promosi, dan persepsi kualitas produk maka keputusan pembelian konsumen pada Ciao Point akan meningkat.

Kata Kunci : Suasana Café, Variasi Produk, Promosi, Persepsi Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.