

## **ABSTRAK**

Kawasan kafe di palabuhan semut nampaknya menjadi tempat yang banyak diminati oleh generasi Z. Melihat keadaan itu, ada kecurigaan kafe di kawasan yang terkait memiliki persepsi tersendiri yang diwakili generasi Z. Penelitian ini memverifikasi kualitas pelayanan kualitas produk dan lokasi terhadap persepsi konsumen di kawasan pelabuhan semut Kota Ternate. Sebanyak 100 responden digunakan dalam penelitian ini dengan melibatkan pelanggan yang masuk dalam klasifikasi generasi Z sebagai subjek penelitian. Pengambilan data menggunakan metode *purposive sampling*. Validitas data diuji dengan *pearson corelation* dengan nilai di atas 0,3, realibilitas diuji dengan *Cronbach's Alpha* 0,6 dan hipotesis diuji dengan analisis regresi. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan lokasi secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Studi ini merangkum temuan baru efek negatif dari kualitas produk terhadap persepsi konsumen, Serta memberikan rekomendasi untuk pihak pengelola kawasan kafe pelabuhan semut Kota Ternate. Penelitian ini menggaris bawahi bahwa pria lebih menyukai kafe di kawasan tersebut dari pada wanita dan pelanggan generasi Z lebih mendominasi. Selain itu, studi ini memberikan bukti baru bahwa semakin tinggi kualitas produk belum tentu dapat meningkatkan persepsi konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Lokasi, Persepsi Konsumen dan Generasi Z.

## **ABSTRACK**

*The cafe area in the ant harbor seems to be a favorite place for generation Z. Seeing this situation, there is a suspicion that the cafes in the area concerned have their own perception represented by Generation Z. This study verifies service quality, product quality and location on consumer perceptions in the ant port area of Ternate City. A total of 100 respondents were used in this study, involving customers belonging to Generation Z as research subjects. Data collection using purposive sampling method. The*

*validity of the data was tested by Pearson correlation with a value above 0.3, reliability was tested by Cronbach's Alpha 0.6 and the hypothesis was tested by regression analysis. The results showed that service quality, product quality and location simultaneously had a positive and significant effect. This study summarizes new findings on the negative effect of product quality on consumer perceptions As well as providing recommendations for managers of the ant port cafe area of Ternate City. The study underscores that men prefer cafes in the area over women and that customers are predominantly Generation Z. In addition, this study provides new evidence that higher product quality does not necessarily improve consumer perceptions.*

**Key Words:** *service quality, product quality, location, consumer perceptions and generation Z*