

ABSTRAK

Nurul Magfira Alhadar (2022) PENGARUH CITRA CAFE DAN PERSEPSI NILAI TERHADAP INTENSI BERPERILAKU PADA PENGUNJUNG CAFE WARKOBAS TERNATE.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra cafe dan persepsi nilai terhadap intensi berperilaku pada pengunjung cafe warkobas Ternate.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah berkunjung di Caffe Warkobas minimal 3 kali. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah jumlah indikator/item x 5 yaitu $18 \times 6 = 108$.

Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui hasil kuisisioner yang telah diisi oleh responden penelitian, dan menggunakan alat bantu program SPSS 16.0.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku, persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku, citra cafe dan persepsi nilai secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berperilaku

Kata Kunci: Citra cafe, persepsi nilai, intensi berperilaku

ABSTRACT

Nurul Magfira Alhadar (2022) THE EFFECT OF CAFE IMAGE AND VALUE PERCEPTIONS ON BEHAVIOR INTENTION ON VISITORS OF TERNATE WARKOBAS CAFE.

This study aims to determine the effect of cafe image and perceived value on behavioral intentions of Ternate warkobas cafe visitors.

This type of research uses a quantitative approach. The population in this study are consumers who have visited Caffe Warkobas at least 3 times. The number of samples in this study is the number of indicators/items x 5, namely $18 \times 6 = 108$.

The data in this study are primary data obtained directly through the results of questionnaires that have been filled out by research respondents, and using SPSS 16.0 program tools.

The results of this study indicate that cafe image has a positive and significant effect on behavioral intentions, value perceptions have a positive and significant effect on behavioral intentions, cafe image and value perceptions together have a positive and significant effect on behavioral intentions.

Keywords: Cafe image, value perception, behavioral intention