

ABSTRAK

Irma Abubakar, 2022. Pengaruh Kafe Atmosphere, Lokasi Dan Emosi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Paddock Cafe Kota Ternate. Ketua Komisi : Dr. Sulfi Abdul Haji, SE.,M.Si : Anggota Safri Panigoro, S M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kafe Atmosphere, Lokasi Dan Emosi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Paddock Cafe Kota Ternate. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 responden. Teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan Regresi Linier Berganda dengan menggunakan SPSS versi 25.0 sebagai alat uji statistik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kafe Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (3), Emosi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (4) Kafe Atmosphere, Lokasi, dan Emosi Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata kunci: Kafe Atmosphere, Lokasi, Emosi Konsumen, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Irma Abubakar, 2022. *The Effect of Kafe Atmosphere, Location and Consumer Emotions on Purchase Decisions at Paddock Cafe Ternate City. Chairman of the Commission : Dr. Sulfi Abdul Haji, SE., M.Si : Member of Safri Panigoro, S M.Si.*

This study aims to determine the Effect of Kafe Atmosphere, Location and Consumer Emotions on Purchase Decisions at Paddock Cafe Ternate City. This research is a quantitative research. The population in this study were 96 respondents. Technical analysis used in this study is to use Multiple Linear Regression using SPSS version 25.0 as a statistical test tool.

The results of this study indicate that: (1) Kafe Atmosphere has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) Location has no effect on purchasing decisions (3), Consumer emotions have a positive and significant effect on purchasing decisions (4) Kafe Atmosphere, Location, and Consumer Emotions have a significant effect on Purchase Decisions.

Keywords: Kafe Atmosphere, Location, Consumer Emotion, and Purchase Decision.