

ABSTRAK

Bisnis makanan merupakan sektor bisnis yang cukup diminati oleh masyarakat Semarang, khususnya kafe. Hal ini dibuktikan dengan naiknya angka pertumbuhan kafe dari tahun 2010-2016 di wilayah Semarang. Salah satu kafe yang cukup diminati oleh masyarakat Semarang adalah Backbone Coffee, Banyumanik. Ketatnya persaingan bisnis kafe cukup membawa pengaruh penurunan pembelian di kafe Backbone Coffee. Oleh karena itu, perlu ide-ide yang kreatif untuk membuat bisnis ini tetap bertahan.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh atmosfer kafe, daya tarik promosi, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian, dimana citra merek digunakan sebagai variabel intervening antara atmosfer kafe, daya tarik promosi dan variasi produk terhadap keputusan pembelian pada Kafe Backbone Coffee, Banyumanik. Faktor-faktor tersebut dirasa memberikan andil yang cukup besar dalam pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian ini menggunakan data dari 100 responden. Jawaban-jawaban dari responden dianalisis dengan metode regresi linear berganda menggunakan program SPSS.

Hasil analisis menunjukkan bahwa atmosfer kafe, daya tarik promosi, dan variasi produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap variabel citra merek dengan nilai regresi sebesar 0,383 untuk atmosfer kafe, 0,161 untuk daya tarik promosi, dan 0,459 untuk variasi produk. Sedangkan variabel intervening yaitu citra merek juga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif yaitu sebesar 0,443.

Kata kunci: Atmosfer kafe, citra merek, daya tarik promosi, keputusan pembelian, dan variasi produk