

ABSTRAK

Peacock *coffee* merupakan salah satu kedai kopi di Semarang yang menawarkan menu andalan yaitu kopi. Biji kopi yang berkualitas diracik sendiri oleh Barista yang sudah ahli dan terlatih dalam menyajikan kopi yang nikmat. Berbagai macam varian pilihan menu yang menjadikan ciri khas Peacock *Coffee* yang nantinya akan menarik perhatian konsumen untuk ingin tahu rasa dan ciri khas kopi dan melakukan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis seberapa besar pengaruh *store atmosphere*, dan *hedonic value* terhadap minat keputusan pembelian melalui emosi pelanggan Peacock *coffee* di Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang pernah datang dan melakukan pembelian di Peacock *coffee* di Semarang min. 1 kali. Sampel yang digunakan sebanyak 153 responden. Metode pengumpulan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan analisis *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan alat analisis AMOS 24.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *store atmosphere* dan *hedonic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap emosi pelanggan. Selain itu *store atmosphere*, *hedonic value*, dan emosi pelanggan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: *Store Atmosphere, Hedonic Value, Emosi Pelanggan, Keputusan Pembelian.*