

**Pengaruh *Lifestyle* Dan *Atmosphere Cafe* Terhadap Kepuasan Konsumen
(Study Pada Konsumen Unggah Ungguh *Cafe*)**

ABSTRAKSI

**Oleh:
Bayu Aji Dwi Saputra
1761173**

**Dosen Pembimbing:
Chusnul Rofi'ah, SE, MM.**

Kepuasan konsumen merupakan perasaan bahagia atau kecewa bagi manusia timbul ketika membandingkan kinerja hasil produk yang diharapkan dengan kinerja atau hasil yang diharapkan. Tujuan kepuasan konsumen ini untuk mempertahankan pelanggan. *lifestyle* merupakan sikap, tingkalah dan norma manusia diekspresikan lewat aktivitas, minat dan opini, *lifestyle* juga menggambarkan diri seseorang di dalam berinteraksi dilingkungan dan *atmosphere cafe* merupakan sebuah ciri fisik yang sangat signifikan bagi tiap-tiap usaha *cafe shop* mempunyai peran dalam penciptaan situasi nyaman disesuaikan bersama keinginan pelanggan dan mengakibatkan konsumen ingin berlama-lama berada di didalam *cafe* dan secara bukan segera merangsang konsumen untuk lakukan pembelian dan bisa merasakan kepuasan.

Metode penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan metode penelitian survey yang bersifat deskriptif, dengan tujuan untuk mengetahui dan menjelaskan hubungan variabel melalui pengujian hipotesis. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 96 Responden. Teknik non probability sampling yang digunakan yaitu purposive sampling dan metode analisis yang digunakan menggunakan regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa *lifestyle* dan *atmosphere cafe* di unggah ungguh *cafe* sudah diterapkan dengan baik dan menarik. Hal ini terlihat jelas pada hasil tanggapan responden yang positif untuk setiap indikator dari variabel *lifestyle* dan *atmosphere cafe*, tingkat kepuasan konsumen juga tinggi. Dari hasil uji yang dilakukan menunjukkan bahwa *lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen unggah ungguh *cafe* dan *atmosphere cafe* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen unggah ungguh *cafe*. *Lifestyle* dan *atmosphere cafe* mempengaruhi proses pembentukan kepuasan konsumen sebesar 48,8% dan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Kata Kunci: *Lifestyle, Atmosphere cafe, Kepuasan Konsumen*