

## RINGKASAN

Kota Purwokerto menjadi salah satu daerah yang potensial berkembangnya bisnis *coffee shop*. Strategi pengembangan usaha terus dilakukan oleh setiap pebisnis *coffee shop* di Kota Purwokerto untuk menarik perhatian konsumen sehingga melakukan keputusan untuk membeli. Gaya hidup generasi Z mendorong pebisnis *coffee shop* untuk memberikan fasilitas sesuai kebutuhan konsumen. *Cafe atmosphere* dapat menjadi alternatif yang digunakan oleh pebisnis *coffee shop* dalam menarik perhatian konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui indikator yang merefleksikan *cafe atmosphere*, mengetahui indikator yang merefleksikan gaya hidup, dan menganalisis pengaruh langsung *cafe atmosphere* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian generasi Z pada *coffee shop* di Kota Purwokerto.

Penelitian ini dilakukan di Kota Purwokerto pada Mei-Juli 2024. Responden yang menjadi objek penelitian ini sebanyak 145 generasi Z yang ditentukan berdasarkan *accidental sampling*. Proses pengambilan data dilakukan dengan wawancara langsung dan pengisian kuesioner atau angket. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM-PLS dengan bantuan *software* Smart-PLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *cafe atmosphere* dan gaya hidup berpengaruh langsung signifikan terhadap keputusan pembelian generasi Z pada *coffee shop* di Kota Purwokerto. Indikator yang merefleksikan *cafe atmosphere* terhadap keputusan pembelian generasi Z pada *coffee shop* di Kota Purwokerto adalah *ekterior*, *general interior*, *interior point of purchase display*, dan *store layout*. Indikator yang memiliki nilai tertinggi pada variabel *cafe atmosphere* adalah *interior point of purchase display* dengan nilai 0.829 atau 82.9%. Indikator yang merefleksikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian generasi Z pada *coffee shop* di Kota Purwokerto adalah aktivitas, minat dan opini. Indikator yang memiliki nilai tertinggi pada variabel gaya hidup adalah minat dengan nilai 0.837 atau 83.7%.

## SUMMARY

*Purwokerto City is one of the potential areas for coffee shop business development. Business development strategies continue to be carried out by every coffee shop businessman in Purwokerto City to attract consumer attention so that they make a decision to buy. This generation Z lifestyle encourages coffee shop business people to provide facilities according to consumer needs. Cafe atmosphere can be an alternative used by coffee shop businesses in attracting consumer attention. The purpose of this study was to determine consumer characteristics, determine indicators that reflect the cafe atmosphere, determine indicators that reflect lifestyle, and analyze the direct influence of cafe atmosphere and lifestyle on generation Z purchasing decisions at coffee shops in Purwokerto City.*

*This research was conducted in Purwokerto City in May-July 2024. Respondents who became the object of this research were 145 generation Z who were determined based on incidental sampling. Data collection was carried out by interviewing and filling out questionnaires. The analysis used in this research is SEM-PLS with the help of Smart-PLS 3.0 software.*

*The results showed that cafe atmosphere and lifestyle had a significant direct effect on generation Z's purchasing decisions at coffee shops in Purwokerto City. The indicators that reflect the cafe atmosphere on generation Z's purchasing decisions at coffee shops in Purwokerto City are exterior, general interior, interior point of purchase display, and store layout. The indicator that has the highest value in the cafe atmosphere variable is the interior point of purchase display with a value of 0.829 or 82.9%. Indicators that reflect lifestyle on generation Z purchasing decisions at coffee shops in Purwokerto City are activities, interests and opinions. The indicator that has the highest value on the lifestyle variable is interest with a value of 0.837 or 83.7%.*