

Abstrak

Penelitian ini meneliti pengaruh atmosfer toko terhadap niat berkunjung konsumen Generasi Z di String Café Bandung, sebuah kafe yang dikenal dengan interior modern minimalis dan suasana yang berorientasi pada media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling untuk mengumpulkan respons dari 120 individu Gen Z yang pernah atau berniat mengunjungi kafe tersebut. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur dan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana melalui SPSS versi 22.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara atmosfer toko dan niat berkunjung, dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,871 dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,758. Hasil uji t ($t = 19,224$, $\text{sig.} = 0,000$) dan ANOVA ($F = 369,579$, $\text{sig.} = 0,000$) mengonfirmasi adanya pengaruh signifikan dari elemen atmosfer toko—termasuk tata letak, pencahayaan, estetika visual, dan isyarat suasana—terhadap niat perilaku Gen Z untuk berkunjung.

Penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior dengan menunjukkan bagaimana rangsangan lingkungan fisik dan sensorik membentuk respons psikologis konsumen digital native. Hasilnya memberikan wawasan praktis bagi pengelola kafe dan perancang merek dalam menciptakan lingkungan yang emosional, menarik secara visual, dan selaras dengan ekspektasi Gen Z. Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya keselarasan antara ruang fisik kafe dengan representasi onlinenya, terutama di pasar yang keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman visual.