

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai hedonis, nilai utilitarian, dan kesenangan emosional terhadap niat pembelian produk Kopi Janji Jiwa.

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Kota Semarang, dan pernah membeli produk Kopi Janji Jiwa setidaknya satu kali. Sebanyak 119 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan untuk menganalisis hipotesis, dengan memanfaatkan perangkat lunak *Analysis Moment of Structures* (AMOS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara nilai hedonis dan niat pembelian. Nilai utilitarian juga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat pembelian. Selanjutnya, niat pembelian dan kesenangan emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap satu sama lain. Sementara itu, nilai utilitarian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kesenangan emosional. Terakhir, kesenangan emosional dan niat pembelian juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap satu sama lain.

Kata kunci: Nilai Hedonis, Nilai Utilitarian, Perasaan Positif, Minat Beli