



Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Lereng Keraton Coffee Di Kota Bandung

Mochamad Nur Fahrizal Akbar ^{1*}

¹Program Studi Magister Manajemen, Universitas Langlangbuana, Bandung, Indonesia

e-mail: *fahrizal.akbar35@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received December, 2024

Revised December, 2024

Accepted Januari, 2025

Available online Januari, 2025

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere, Loyalitas Pelanggan

Keywords:

Service Quality, Location, Store Atmosphere, Customer Loyalty

ABSTRAK

Perkembangan Coffee shop di Indonesia bermula dari tempat minum kopi cepat hingga menjadi lahan bisnis menjanjikan. Coffee shop telah tumbuh di banyak kota dengan standar dan pasar yang berbeda. Banyak coffee shop baru muncul dengan konsep menarik dan pelayanan yang prima untuk memenuhi loyalitas pelangan. Lereng Keraton Coffee berusaha mempertahankan eksistensi. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Metode analisis yang digunakan adalah metode kuantitatif dan analisis deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini merupakan penelitian sampel yang mana konsumen merupakan responden dalam penelitian, untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan jumlah 156 responden yang terdiri dari konsumen lereng keraton coffee. Untuk pengolahan data menggunakan IBM SPSS. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan, lokasi dan store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan lereng keraton coffee. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap

loyalitas pelanggan, store atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil uji f menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, lokasi, store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan lereng keraton coffee dikota Bandung.

ABSTRACT

The development of coffee shops in Indonesia began from a place to drink coffee quickly to become a promising business area. Coffee shops have grown in many cities with different standards and markets. Many new coffee shops have emerged with interesting concepts and excellent service to meet customer loyalty. Lereng Keraton Coffee tries to maintain its existence. This study was conducted to prove that service quality, location and store atmosphere affect customer loyalty. The analysis method used is quantitative method and descriptive and verification analysis. This study is a research sample where consumers are respondents in the study, for data collection using a questionnaire with a total of 156 respondents consisting of consumers of Slope Keraton Coffee. For data processing using IBM SPSS. The results of the study stated that service quality, location and store atmosphere have a positive and significant effect on customer loyalty of Slope Keraton Coffee. The test results show that service quality has a positive and significant effect on customer loyalty, location has a positive and significant effect on customer loyalty, store atmosphere has a positive and significant effect on customer loyalty. The results of the f test show that simultaneously service quality, location, store atmosphere affect customer loyalty of Slope Keraton Coffee in the city of Bandung.

PENDAHULUAN

Pada awalnya, Coffee shop memberi tempat untuk minum espresso dengan cepat. Namun karena kemajuan dan minat konsumen yang terus meningkat dan tiada habisnya, kafe telah berkembang menjadi seperti sekarang ini. Yang pertama dan terpenting, meminum espresso sudah menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia sejak dahulu kala. Pasalnya Indonesia sendiri merupakan negara penghasil biji espresso terbaik di dunia. Bistro sendiri telah menjelma menjadi kawasan bisnis yang menjanjikan. Perkembangan bistro di Indonesia sudah meluas di berbagai perkotaan besar dan masyarakat sederhana, meskipun saat ini sudah banyak kafe yang bermunculan, padahal sebenarnya mereka mempunyai norma dan pasar yang berbeda.

Lereng keraton coffee dago pakar kota bandung berdiri 4 april 2008 Dengan suasana kedai kopi yang nyaman dan tenang, konsep dari lereng keraton ini mengambil tema outdoor dan indoor, dengan menyuguhkan pemandangan yang indah dan sejuk. Kini lereng keraton coffee Selain berfokus pada espresso, ini juga bertujuan untuk membuat pelanggan merasa nyaman dan puas. Keraton Espresso miring tidak hanya mengandalkan ragam minuman espresso saja, namun mengandalkan spot yang nyaman untuk melepas penat dengan menggunakan desain yang dipartisi menjadi dua area indoor dan outdoor yang menarik.

Menurut Lepojevic dan Dukic (2018: 247) faktor-faktor yang mempengaruhi ketabahan klien meliputi kegembiraan atau kepuasan, kepercayaan dan tanggung jawab klien, serta pandangan terhadap kualitas layanan. Ketabahan adalah bentuk keteguhan pembeli terhadap organisasi. Melalui pengabdian ini, biasanya akan mengarah pada sikap meresepkan obat atau pemberian kepada orang lain. Pembeli setia memanfaatkan produk atau layanan yang diberikan, namun juga bisa mendapatkan pembeli baru. Kapasitas organisasi untuk mencapai tingkat ketergantungan pelanggan yang lebih tinggi dalam keadaan sulit tidak sepenuhnya ditentukan oleh penyampaian kualitas bantuan yang tak tertandingi. bahwa pekerjaan dengan kualitas bantuan yang baik sangatlah penting dan sangat persuasif. Tanpa bantuan yang tepat, barang tersebut akan kurang dikenal oleh pembeli.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi buruknya kualitas pelayanan pada lereng keraton coffee ialah salah satunya misalnya menciptakan kesiapan barista dalam menghadapi protes klien dan kesiapan barista dalam melayani klien ketika situasi sedang sibuk. Selain memiliki kualitas bantuan yang sangat baik, ruang juga menjadi salah satu hal yang dapat membuat keandalan klien. Area merupakan bagian potensial suatu organisasi dalam menjamin hasil suatu usaha. Tjiptono (2002:41) mengatakan bahwa dalam menentukan suatu bidang,

organisasi harus mempertimbangkannya secara hati-hati karena akan mempunyai pengaruh yang berkepanjangan. Dengan asumsi kawasan tersebut vital, maka akan memudahkan pelanggan untuk berkunjung. Sereng Keraton Espresso berusaha bersaing dalam bisnisnya, sehingga bisnis yang dihasilkan dalam persaingan ketat ini berjalan mampu. Selain memiliki kualitas layanan yang baik serta lokasi yang menarik dan terjangkau, iklim restoran yang cukup nyaman juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lingkungan bistro menurut Kotler dan Armstrong (2012: 384), menyatakan bahwa “Suasana toko merupakan salah satu komponen penting dalam produk afiliasi. Pengecer perlu

membuat pertemuan toko khusus yang sesuai dengan target pasar dan menggerakkan klien untuk membeli Suasana lereng keraton coffee memiliki suasana yang sejuk tetapi kenyataannya suasana di lereng keraton coffee memiliki suasana yang biasa saja, kurang asyik, tempatnya pun tidak begitu luas dan ada hal yang tidak terduga sering terjadinya ada hewan seperti monyet yang tiba-tiba ada ditempat tersebut dikarenakan lereng keraton coffee berdekatan dengan taman hutan raya Ir.H.Djuanda oleh karena itu konsumen kurang begitu tertarik untuk mendatangi tempat tersebut.

Dari Setelah penggambaran dasar selesai, pencipta merasa tertarik untuk mengarahkan ujian dengan judul tersebut: Kualitas pelayanan, lokasi dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan lereng keraton coffee. 1). Rumusan masalah ini adalah : Apakah kualitas pelayanan, Lokasi dan store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 2)Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 3)Apakah Lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 4) Apakah Store atmosphere berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee.

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk memperoleh hasil uji kajian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 2) Untuk memperoleh hasil uji kajian tentang pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 3) Untuk memperoleh hasil uji kajian tentang pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee. 4) Untuk memperoleh hasil uji kajian tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan di lereng keraton coffee.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2020:39), kualitas administrasi adalah kapasitas organisasi untuk menawarkan dukungan kualitas terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Sesuai Lewis dan Blasts (dalam Tjiptono 2019: 142) merekomendasikan bahwa kualitas bantuan dapat diartikan sebagai proporsi seberapa baik tingkat administrasi yang diberikan dapat memenuhi asumsi atau anggapan klien.

Lokasi

Menurut Ghanimata dalam (Arkam, 2020), Lokasi merupakan letak toko atau pengecer di lingkungan strategis dalam rangka memaksimalkan keuntungan. Pemilihan untuk dijadikannya lokasi usaha yang baik dapat menentukan keberhasilan usaha di masa yang akan datang

Menurut Assauri dalam (Arkam, 2020), Lokasi penempatan atau distribusi adalah suatu mekanisme distribusi yang digunakan untuk mengantarkan produk kepada pelanggan dari titik produksi. Lokasi adalah area yang membuat produk tersedia untuk pelanggan sesuai dengan sasaran.

Store Atmosphere

Kotler dan Keller (2019: 561) mengungkapkan bahwa lingkungan toko merupakan gambaran suasana umum suatu toko yang dibuat oleh komponen aktual (luar, dalam, desain, pertunjukan) dan komponen mental (kenyamanan, administrasi, kerapian, aksesibilitas barang dagangan, daya cipta. , kemajuan, inovasi).). Sedangkan menurut Alma (2020:201), store air merupakan salah satu perpaduan tampilan di gerai yang berperan penting dalam menarik pembeli, membuat mereka nyaman dalam memilih barang belanjaan, dan mengingatkan mereka barang apa saja yang perlu mereka beli. miliki, baik untuk keperluan pribadi maupun rumah tangga. bangku pijakan.

Loyalitas Pelanggan

Sesuai Djaslim Shalahuddin (2020:9); Klien yang setia merupakan sumber daya yang signifikan bagi sebuah organisasi yang harus terlihat dari kegembiraan klien. Klien yang setia akan melakukan pembelian standar, pembelian di luar penawaran produk, meresepkan barang tersebut kepada orang lain. Sesuai Mowen dan Minor (2020 Sesuai Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra dalam Donni Juni Priansa (2019:491) menyatakan bahwa “Pengabdian klien adalah kewajiban klien terhadap suatu merek, toko, penyedia yang tercermin dalam pandangan yang menggembirakan dan jenis pengulangan perilaku pembelian diselesaikan oleh klien secara konsisten “.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian Ini, Peneliti Menggunakan Metode Kuantitatif Dengan Analisis Deskriptif Dan Verifikatif. Pengambilan Sampel Dilakukan Dengan Teknik Tertentu, Di Mana Konsumen Menjadi Responden Dalam Penelitian Ini. Pengumpulan Data Dilakukan Menggunakan Kuesioner Dengan Jumlah 156 Responden Yang Terdiri Dari Konsumen Lereng Keraton Coffee. Untuk Pengolahan Data, Digunakan Software **SPSS** Guna Menganalisis Data Yang Diperoleh.

Analisis Deskriptif Digunakan Untuk Menggambarkan Karakteristik Responden Serta Variabel Penelitian, Sedangkan Analisis Verifikatif Bertujuan Untuk Menguji Hubungan Atau Pengaruh Antarvariabel Yang Telah Ditetapkan Dalam Penelitian. Uji Validitas Dan Reliabilitas Dilakukan Untuk Memastikan Bahwa Instrumen Penelitian Yang Digunakan Memenuhi Standar Keandalan Dan Keakuratan. Selain Itu, Uji Hipotesis Menggunakan Teknik Statistik Yang Relevan, Seperti Regresi Linear, Uji T, Dan Uji F, Untuk Menguji Sejauh Mana Variabel Bebas Berpengaruh Terhadap Variabel Terikat Dalam Penelitian Ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

No Kuisisioner	Nilai Hitung	r ² tabel	Kesimpulan
X1.1	0,498	0,132	Valid
X1.2	0,309	0,132	Valid
X1.3	0,529	0,132	Valid
X1.4	0,545	0,132	Valid
X1.5	0,538	0,132	Valid
X1.6	0,549	0,132	Valid
X1.7	0,543	0,132	Valid
X1.8	0,539	0,132	Valid
X1.9	0,488	0,132	Valid
X2.1	0,249	0,132	Valid
X2.2	0,334	0,132	Valid
X2.3	0,628	0,132	Valid
X2.4	0,467	0,132	Valid
X2.5	0,684	0,132	Valid
X2.6	0,278	0,132	Valid
X2.7	0,467	0,132	Valid
X3.1	0,364	0,132	Valid
X3.2	0,288	0,132	Valid
X3.3	0,355	0,132	Valid
Y.1	0,617	0,132	Valid
Y.2	0,484	0,132	Valid
Y.3	0,585	0,132	Valid
Y.4	0,546	0,132	Valid
Y.5	0,610	0,132	Valid
Y.6	0,721	0,132	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh indicator memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel, hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung	Alpha Cronbach	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,944	0,600	Reliabel
Lokasi (X2)	0,864	0,600	Reliabel
Score Atmosphere (X3)	0,835	0,600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,942	0,600	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai diatas alpha Cronbach's, hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan pada kuesioner ini dinyatakan reliable.

Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.854	.851	3.119

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

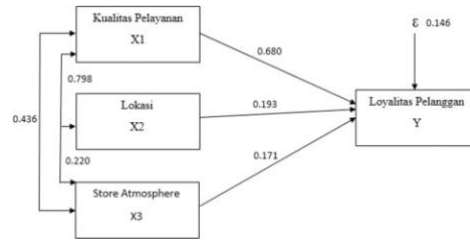
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hubungan antara kualitas pelayanan (X1), Lokasi (X2), dan store atmosphere (X3) secara bersama sama (simultan) terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar ditunjukkan oleh nilai koefisien r square sebesar 0,854 atau 85,4%. Sisanya sebesar 100%-85,4% =14,6% adalah pengaruh variabel lain yang tidak diteliti atau diluar penelitian.

Analisis Jalur

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.498	1.156		.431	.667
	TOTAL_X1	.648	.055	.680	11.875	.000
	TOTAL_X2	.189	.052	.193	3.648	.000
	TOTAL_X3	.221	.046	.171	4.830	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y



ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8674.111	3	2891.370	297.221	.000 ^b
	Residual	1478.658	152	9.728		
	Total	10152.769	155			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X3, TOTAL_X2, TOTAL_X1

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan Hasil Penelitian Verifikatif Yang Telah Dipaparkan Sebelumnya, Diketahui Bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1), Lokasi (X2), Dan Store Atmosphere (X3) Memiliki Pengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal Ini Dapat Dilihat Dari Hasil Kuesioner Yang Telah Disebarkan Mengenai Loyalitas Pelanggan Di Lereng Keraton Coffee Bandung.

Kualitas Pelayanan Yang Baik, Lokasi Yang Strategis, Serta Store Atmosphere Yang Menarik Dan Nyaman Berkontribusi Dalam Menciptakan Pengalaman Positif Bagi Pelanggan. Faktor-Faktor Ini Mendorong Pelanggan Untuk Tetap Setia Dan Terus Membeli Produk Yang Ditawarkan. Dengan Demikian, Peningkatan Kualitas Pelayanan, Pemilihan Lokasi Yang

Tepat, Serta Penciptaan Suasana Toko Yang Nyaman Menjadi Strategi Penting Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.

Hasil Penelitian Ini Diperkuat Oleh Penelitian Terdahulu Yang Dilakukan Oleh Haedi (2021), Yang Menjelaskan Bahwa Kualitas Pelayanan, Lokasi, Dan Store Atmosphere Memiliki Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Temuan Ini Menunjukkan Bahwa Semakin Baik Pelayanan Yang Diberikan, Semakin Strategis Lokasi Usaha, Dan Semakin Nyaman Atmosfer Toko, Maka Semakin Besar Kemungkinan Pelanggan Untuk Tetap Loyal Terhadap Bisnis Tersebut. Oleh Karena Itu, Manajemen Lereng Keraton Coffee Perlu Terus Mengoptimalkan Ketiga Faktor Tersebut Guna Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Dan Daya Saing Usaha.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian verifikatif, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik, di mana nilai t-hitung untuk X1 adalah 11,875, yang lebih besar dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,655. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Lereng Keraton Coffee, Kota Bandung.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk tetap loyal terhadap usaha tersebut. Faktor-faktor dalam kualitas pelayanan, seperti responsivitas, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, menjadi elemen penting dalam membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Keterkaitan antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Raynaldo Alexander Wijaya (2020), yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa kualitas layanan yang baik tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga memperkuat loyalitas mereka dalam jangka panjang. Oleh karena itu, manajemen Lereng Keraton Coffee disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan guna mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serta menciptakan pengalaman yang lebih memuaskan bagi setiap pengunjung.

Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian verifikatif, diketahui bahwa variabel Lokasi (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik, di mana nilai t-hitung untuk X2 adalah 3,648, yang lebih besar dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,655. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Lokasi (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Lereng Keraton Coffee, Kota Bandung.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa Lokasi (X2) berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi usaha yang strategis berperan penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Faktor-faktor dalam lokasi, seperti aksesibilitas, kenyamanan, ketersediaan fasilitas parkir, serta lingkungan sekitar yang mendukung, menjadi aspek yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk kembali berkunjung.

Keterkaitan antara lokasi dan loyalitas pelanggan juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rudi Hartono dan Tiurniarni Purba (2022), yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini menegaskan bahwa lokasi yang mudah dijangkau dan nyaman akan meningkatkan frekuensi kunjungan pelanggan serta memperkuat loyalitas mereka terhadap suatu bisnis. Oleh karena itu, manajemen Lereng Keraton Coffee disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan aspek lokasi, misalnya dengan memastikan kemudahan akses, memberikan fasilitas yang lebih baik, serta menciptakan lingkungan yang nyaman agar pelanggan semakin loyal dan tertarik untuk kembali.

Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian verifikasi, diketahui bahwa variabel Store Atmosphere (X3) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Hal ini dapat dilihat dari hasil uji statistik, di mana nilai t-hitung untuk X3 adalah 4,830, yang lebih besar dibandingkan dengan t-tabel sebesar 1,655. Dengan demikian, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Store Atmosphere (X3) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Lereng Keraton Coffee, Kota Bandung.

Berdasarkan hasil tersebut, maka hipotesis keempat yang menyatakan bahwa Store Atmosphere (X3) berpengaruh secara langsung terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa suasana toko atau kafe yang nyaman, estetik, dan mendukung pengalaman positif pelanggan memiliki peran penting dalam membangun loyalitas. Store atmosphere mencakup berbagai elemen seperti desain interior, pencahayaan, tata letak, kebersihan, aroma, serta kenyamanan tempat duduk, yang secara keseluruhan dapat menciptakan pengalaman menyenangkan bagi pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Keterkaitan antara store atmosphere dan loyalitas pelanggan juga diperkuat oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afriana dan Sulistyawati (2023), yang menyatakan bahwa store atmosphere memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik suasana toko yang diciptakan, semakin besar kemungkinan pelanggan untuk merasa nyaman, menikmati waktu mereka, dan akhirnya menjadi pelanggan setia. Oleh karena itu, manajemen Lereng Keraton Coffee disarankan untuk terus mengembangkan atmosfer kafe yang menarik, misalnya dengan memperbarui desain interior secara berkala, menambahkan elemen dekoratif yang unik, menciptakan suasana yang hangat melalui pencahayaan dan musik latar yang sesuai, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan agar pelanggan semakin betah dan loyal terhadap kafe tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, lokasi, dan store atmosphere secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Lereng Keraton Coffee. Namun, tingkat signifikansi dari masing-masing variabel berbeda. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan, lokasi, dan store atmosphere, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan penjualan. Meskipun kualitas pelayanan di Lereng Keraton Coffee berada dalam kategori cukup baik, masih diperlukan peningkatan, terutama dalam hal pelatihan dan pembinaan karyawan agar dapat memberikan layanan yang lebih responsif dan profesional. Sementara itu, lokasi kafe yang berada di daerah perbukitan dengan akses jalan yang rusak dan berlubang menjadi kendala bagi pelanggan, terutama bagi mereka yang baru pertama kali berkunjung. Store atmosphere yang ditawarkan juga perlu ditingkatkan, terutama dari segi desain eksterior, interior, serta tata letak agar menciptakan pengalaman yang lebih menyenangkan bagi pelanggan dan meningkatkan loyalitas mereka.

Sebagai rekomendasi, Lereng Keraton Coffee perlu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan khusus bagi karyawan serta melakukan evaluasi berkala untuk memastikan pelayanan tetap optimal. Dari segi lokasi, jika relokasi tidak memungkinkan, alternatif lain yang dapat dilakukan adalah memasang papan nama yang lebih besar dan menarik, serta memperbaiki akses menuju lokasi agar lebih mudah ditemukan dan nyaman dikunjungi. Dalam hal store atmosphere, suasana alami yang asri dan sejuk perlu dipertahankan, tetapi kebersihan, kenyamanan fasilitas, serta pengurangan gangguan seperti nyamuk juga harus diperhatikan. Dengan berbagai perbaikan ini, Lereng Keraton Coffee dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, memperkuat loyalitas mereka, serta mendorong pertumbuhan bisnis yang lebih baik di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, A. E., & Sulistyawati, L. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Cafe (Studi Pada Pelanggan Ludic Cafe Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4, 884-897.
- Assauri, S. (2020). *Manajemen Pemasaran* (14th ed.). PT RajaGrafindo Persada.
- C. Mowen, John. Michael Minor. (2020). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Haedi, A. L. (2023). *Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan store atmosphere terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen pada Kedai Kopi Dado Kalisari* (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Hartono, R., & Purba, T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sugar Café Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1139-1147.
- Kotler dan Amstrong. (2020). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

- Wijaya, R. A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Di Kafe One Eighteenth, Siwalankerto–Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(1), 11-11.
- Tjiptono Fandy (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.