

Table Of Content

Journal Cover 2

Author[s] Statement 3

Editorial Team 4

Article information 5

 Check this article update (crossmark) 5

 Check this article impact 5

 Cite this article 5

Title page 6

 Article Title 6

 Author information 6

 Abstract 6

Article content 7

ISSN (ONLINE) 2598 9928



INDONESIAN JOURNAL OF LAW AND ECONOMIC

**PUBLISHED BY
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SIDOARJO**

Originality Statement

The author[s] declare that this article is their own work and to the best of their knowledge it contains no materials previously published or written by another person, or substantial proportions of material which have been accepted for the published of any other published materials, except where due acknowledgement is made in the article. Any contribution made to the research by others, with whom author[s] have work, is explicitly acknowledged in the article.

Conflict of Interest Statement

The author[s] declare that this article was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

EDITORIAL TEAM

Editor in Chief

Dr. Wisnu Panggah Setiyono, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([Sinta](#))

Managing Editor

Rifqi Ridlo Phahlevy, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#)) ([ORCID](#))

Editors

Noor Fatimah Mediawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Faizal Kurniawan, Universitas Airlangga, Indonesia ([Scopus](#))

M. Zulfa Aulia, Universitas Jambi, Indonesia ([Sinta](#))

Sri Budi Purwaningsih, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Emy Rosnawati, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Sinta](#))

Totok Wahyu Abadi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia ([Scopus](#))

Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact (*)



Save this article to Mendeley



(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Exploring Cafe Atmosphere and Service Excellence Effects on Customer Loyalty Globally

*Menjelajahi Pengaruh Suasana Kafe dan Keunggulan
Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Secara Global*

Rizki Amaliyah, Amaliyah@gmail.com, (0)

Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia, Indonesia

Sumartik, sumartik@umsida.ac.id, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

⁽¹⁾ Corresponding author

Abstract

This study explores the impact of cafe atmosphere, menu diversity, and service excellence on customer loyalty at Istorica Cafe Sidoarjo. Using a quantitative approach with data from 97 respondents, the analysis reveals that cafe atmosphere significantly influences customer loyalty, while menu diversity shows no significant impact. Service excellence, however, plays a crucial role in enhancing customer loyalty. These findings highlight the importance of creating a captivating ambiance and providing exceptional service to foster customer loyalty in the competitive food and beverage industry, offering valuable insights for cafe owners and managers aiming to improve business performance.

Highlight:

Ambiance Affects Loyalty: Atmosphere influences customer loyalty at Istorica Cafe Sidoarjo.

Service Key to Loyalty: Excellent service crucial for fostering customer loyalty.

Menu Diversity's Role: Limited impact on customer loyalty identified in the study.

Keyword: Cafe atmosphere, Menu diversity, Service excellence, Customer loyalty, Istorica Cafe Sidoarjo.

Published date: 2024-05-30 00:00:00

Pendahuluan

Perkembangan gaya hidup masyarakat mendorong banyak pengusaha untuk mendirikan bisnis usahanya, salah satunya cafe. Marsum (2005) mengatakan cafe adalah tempat santai atau tidak resmi untuk menikmati santapan dengan fasilitas tempat duduk baik itu dengan kursi atau lesehan di dalam dan di luar cafe. Kebanyakan cafe hanya fokus menyajikan makanan ringan seperti waffle, roti, walaupun ada pula cafe yang menyediakan makanan berat namun tidak sebanyak makanan ringan[1]. Perubahan gaya hidup masyarakat adalah faktor besar yang menciptakan bertambahnya jumlah cafe di Sidoarjo, yaitu nongkrong yang banyak dilakukan mulai dari remaja hingga orang dewasa. Umumnya kebiasaan nongkrong ini dilakukan untuk melepas penat atau berkumpul bersama teman (Astuti, 2018). Dari sisi positifnya nongkrong meningkatkan pertumbuhan industri food and beverage karena dengan adanya fenomena nongkrong ini semakin membuka peluang lebar bagi pebisnis cafe atau restoran untuk memulai bisnisnya maupun mengembangkan usahanya[2]. Dimana sekarang ini banyak cafe dengan berbagai macam konsep unik yang menjadi ciri khasnya dengan tujuan menarik konsumen. Di Sidoarjo sendiri banyak cafe yang berdiri, apalagi di pusat kota sangat mudah ditemukan. Salah satunya di kawasan Kavling DPR Pagerwojo yang saat ini banyak berkembang cafe[3]. Kavling DPR terkenal dengan kompleks atau coffee shop sebagai tempat nongkrong yang populer dikalangan anak muda. Terdapat 50 cafe yang ada di kawasan Kavling DPR ini[4] yakni

No.	Nama Cafe	No.	Nama Cafe
1	Istoria Cafe	26	Kefi Coffee
2	Eterno Social Space	27	Arunda Voffe and Society
3	Storas Project	28	Take Tama Coffee Bar
4	Moedi Official	29	Pesen Kopi Plus
5	Defins Art Cofe	30	Mora
6	Sehari Sekopi	31	Kisah Kita Ngopi
7	Tye Coffee House	32	Labuda Sidoarjo
8	Rest Cafe	33	Kanca Sidoarjo
9	Opusexanimio	34	Vox Populi Coffee
10	White list cafe	35	Hadspace
11	Kopi Sowan	36	Clay Resto and Caffee
12	Yoi Cafe	37	Wonderland Looji Caffee
13	Fortis Coffee	38	Kopi Lain Hati dan Omy
14	Three Brothers Billiard	39	Warung Kopi Ole
15	Executive Sidoarjo	40	Chava Cafe
16	Ampm Reborn	41	Dhimitrie Cafe
17	The Hidden Castle	42	Segu Nung
18	Uwa Kopi	43	Little a Cafe
19	Momentum Kopi	44	Sevvesta Coffee
20	Vlog Kopi	45	Piezo Kopi Sidoarjo
21	Rep Sidoarjo	46	Skugga House
22	Merci Cafe	47	Jang Jang Wings
23	Play Go Cafe	48	Boll Grill
24	Ekopilogi	49	Kyoukai
25	Ame Coffee	50	Sambal Sarumpet

Table 1. Daftar Cafe di Kawasan Kavling DPR Sidoarjo

Sumber : jatimhariini.co.id

Salah satu cafe yang menarik untuk diamati adalah Istoria Cafe. Istoria mengusung konsep musim panas khas Santorini, pulau gunung berapi di Laut Aegea yang merupakan kelompok kepulauan Cyclades, 200 km dari Yunani dengan gaya bangunan putih. Bangunan seperti itulah yang ada di Istoria Cafe. Tampak unik dan menarik bagi kaum milenial yang suka nongkrong bersama teman dan cocok untuk befoto dengan berbagai spot foto menarik. Yang paling unik dari cafe ini adalah bangunan dengan kubah kecil di atasnya yang merupakan salah satu ciri khas utama Santorini. Pengunjung banyak memilih kubah itu sebagai salah satu bagian yang paling sering menjadi spot foto. Konsep khas Santorini dapat ditemukan dari yang paling menonjol yaitu dari bentuk bangunan yang geometris khas timur dan dominan menggunakan warna putih dan biru yang merupakan warna khas Santorini pada elemen interior dan pengisi ruangnya. Kubah menjadi satu diantara poin utama dari bangunan gereja di Santorini yang sangat ikonik. Selain desain kafe khas Santorini makanan di Istoria ini juga berasal dari Yunani. Salah satunya yaitu Souvlaki yang merupakan salah satu makanan cepat saji khas Yunani yang terdiri dari potongan daging kecil

dengan sayur yang dipanggang dan disajikan dengan saus tzarzuki khas Yunani.

Pastinya setiap pengusaha berharap agar usaha cafenya dapat berlangsung dalam jangka waktu yang lama bahkan untuk selamanya karena dengan bertahannya usaha mereka apalagi meningkatkan dan mempertahankan konsumen itu sama saja dengan mempertahankan kelangsungan hidup bisnisnya dan yang pasti meningkatkan keuangan[5]. Dengan memberikan kepuasan terhadap produk dan jasa suatu bisnis berarti kita menciptakan loyalitas pada konsumen yang bisa dilihat dengan cara mereka menikmati produk dan jasa secara terus-menerus. Loyalitas pelanggan merupakan suatu wujud kesetiaan pelanggan yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa[6]. Loyalitas bisa dikatakan suatu komitmen pelanggan untuk melakukan bisnis dengan organisasi, dengan membeli barang dan jasa berulang kali dan merekomendasikannya kepada teman dan kelompoknya (McIlroy & Barnett, 2000).

Ada bermacam-macam alasan yang dapat menjadikan faktor stimulus (rangsangan) kepada pengunjung untuk datang ke cafe. Akan tetapi, salah satu alasan untuk datang kembali ke cafe dan melakukan pembelian ulang adalah atmosphere cafe (suasana cafe). Atmosphere cafe dapat diartikan sebagai seluruh aspek-aspek interior yang berpengaruh terhadap suasana penjualan, terutama meliputi pencahayaan, desain, kebersihan, dekorasi, musik, dan tata letak. Store atmosphere dapat mempengaruhi minat pengunjung yang datang, sehingga mereka datang kembali dan melakukan pembelian kembali ke cafe. Selanjutnya, ketika pengunjung merasa senang, bahagia, puas, dan nyaman dengan suasana yang ada di cafe yang menerapkan atmosphere cafe, pengunjung akan memercayai cafe tersebut, sehingga dapat menimbulkan kecenderungan melakukan pembelian ulang. Selain itu, pengunjung cafe akan menjadi loyal (setia).

Loyalitas pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh atmosphere cafe, menu diversity disini juga memiliki peranan penting untuk mempengaruhi loyalitas pelanggan. keragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, keluasan dan mutu produk yang ditawarkan serta ketersediaan produk tersebut setiap saat. Jika restoran menyediakan menu yang beragam, misalnya varian sambal yang banyak, ini akan membedakan dengan restoran lain, hal ini juga akan lebih memudahkan restoran untuk menarik pelanggan agar makan di tempat mereka, dan membuat loyalitas pelanggan semakin tinggi terhadap restoran. Semakin beragamnya pilihan yang disediakan cafe, semakin mudah pula pelanggan untuk memilih menu sesuai dengan keinginannya[7].

Suatu usaha dikatakan berhasil karena tidak lepas dari salah satu elemen pentingnya yaitu service excellence dimana dengan melayani konsumen sampai pada tingkat kepuasan, maka presentase dalam mempertahankan konsumen akan tinggi dan konsumen menjadi loyal. Keluhan konsumen tidak jarang pula kita jumpai dalam pelaksanaan operasionalnya baik itu secara lisan maupun hanya lewat media lain seperti kritikan di akun instagram cafe. Keluhan konsumen merupakan wujud dari ketidakpuasan mereka terhadap cafe tersebut baik itu kesalahan atau kelalaian pihak cafe sehingga hal tersebut harus segera dilakukan penanganannya dengan bijak agar tidak terjadi suatu kegaduhan yang nantinya bisa merugikan manajemen cafe tersebut. Oleh karena itu diperlukan pihak yang dapat melakukan pengelolaan dan penanganan keluhan yang baik dengan meredam keluhan konsumen yang diutarakan secara langsung maupun di media sosial yang dapat menurunkan reputasi cafe dan kepercayaan masyarakat. Complaint, keluhan atau pengaduan yang disebarluaskan ke masyarakat melalui berbagai media jika tidak segera diatasi akan dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap cafe pada umumnya dan reputasi cafe tersebut pada khususnya[8].

Pada penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap yang ada pada penelitian-penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian [9] membuktikan bahwa atmosphere cafe berpengaruh terhadap customer loyalty sedangkan penelitian menurut [10] membuktikan bahwa atmosphere cafe tidak berpengaruh terhadap customer loyalty. Hal ini disebabkan karena papan nama cafe yang tidak terlihat dari luar, meja kursi yang tidak dalam keadaan bersih terutama yang berada di luar ruangan atau outdoor sehingga terlihat banyak debu, ranting pohon maupun daun kering. Untuk pencahayaannya pun kurang terang karena lokasi indoor cafe menggunakan lampu kuning sehingga membuat cafe tersebut terlihat remang-remang. Pada penelitian membuktikan bahwa keberagaman produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian dari yang menyatakan bahwa keragaman menu tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun celah pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mendatangi satu persatu pengunjung dengan kriteria tersebut. Hal ini menurut penulis kurang akurat karena dengan kualitatif tidak diketahui secara pasti seberapa besar pengaruh keragaman menu terhadap loyalitas konsumen. Penelitian dari [11] membuktikan bahwa pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Namun terdapat celah dimana variabel yang diteliti adalah pelayanan prima dan harga sehingga peneliti dapat menambahkan variabel untuk menguji penelitian dengan menambah variabel untuk memperkuat hasil penelitian dan objek yang digunakan yaitu sebuah resort sehingga dapat menjadi celah penulis untuk membuat objek baru yaitu di cafe. Sedangkan menurut [12] membuktikan bahwa pelayanan prima tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelanggan mendapatkan pelayanan tidak selalu akan membuat pelanggan menjadi loyal, itu dikarenakan kualitas pelayanan yang diterima oleh setiap pelanggan berbeda, oleh sebab itu kualitas pelayanan tidak selalu menjadi faktor utama yang membuat pelanggan menjadi loyal.

Berdasarkan latar belakang tersebut yang telah diuraikan, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul "Analisis Pengaruh Atmosphere Cafe, Menu Diversity dan Service Excellence Terhadap Customer Loyalty di Istorya Cafe Sidoarjo. Berdasarkan pada pemaparan latar belakang di atas, maka rumusan masalahnya yakni sebagai berikut:

Apakah atmosfer cafe berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

Apakah keberagaman menu berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas konsumen?

Sedangkan untuk tujuan dari diadakannya penelitian ini yakni sebagai berikut:

Untuk mengetahui pengaruh atmosfer cafe terhadap loyalitas konsumen

Untuk mengetahui pengaruh keberagaman menu terhadap loyalitas konsumen

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen.

Sesuai dengan kategori SDGs 8, mendorong pembangunan berkelanjutan yang dapat menghasilkan ketenagakerjaan yang produktif dan optimal dalam menjalankan pekerjaannya. Sustainable Development Goals (SDGs) menjadi suatu rencana global untuk menurunkan tingkat kemiskinan, kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Kategori SDGs 8 masuk dalam penelitian ini, karena penelitian ini dapat membantu memecahkan masalah dalam meningkatkan omset suatu bisnis sehingga dapat membuat naiknya perekonomian bisnis dan karyawannya.

Manajemen pemasaran adalah ilmu dengan cara membuat rancangan untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen sehingga diperlukan hubungan baik antara departemen agar terciptanya sinergi dalam kegiatan pemasaran. Dengan kata lain manajemen pemasaran adalah kombinasi seni dan ilmu memilih sasaran pasar sehingga timbulnya keuntungan bagi kedua pihak yaitu pengusaha maupun konsumennya (Kotler dan Keller, 2013) [13].

Atmosphere Cafe (Atmosfer Cafe) (X1)

Levy and Weitz (2001) dalam (Dessyana, 2013) menyatakan bahwa suasana kafe adalah penciptaan suasana kafe melalui visual, penataan, cahaya, musik, dan aroma yang dapat menciptakan lingkungan pembelian yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan emosi pelanggan untuk melakukan pembelian [14]. Indikator atmosphere cafe terdiri dari

Instore atmosphere : internal layout, suara, bau, tekstur dan desain interior

Outstore atmosphere : eksternal layout, tekstur dan desain eksterior.

Menu Diversity (Keberagaman Menu) (X2)

Menurut (Reza dan Samiei, 2012) dalam (Riftian & Sugiyono, 2019) menu diversity (Keragaman Menu) merupakan kondisi yang tercipta dari ketersediaan barang dalam jumlah dan jenis yang sangat bervariasi sehingga menimbulkan banyak pilihan dalam proses belanja konsumen. Philip Kotler (2002:347) (Ali et al., 2013) juga mengatakan bahwa kelengkapan produk adalah ketersediaan semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Makanan Indonesia umumnya tidak serumit variasi menu makanan Eropa. (John H.I dan Maria J.T :2011) [15]. (Mustaqim & Amboningtyas, 2017) indikator tentang menu diversity (Keragaman Menu) sebagai berikut

Jenis pilihan menu makanan dan minuman

Rasa makanan dan minuman

Presentasi makanan dan minuman

Ukuran porsi makanan dan minuman

Service Excellence (Pelayanan Prima) (X3)

Service excellence adalah kepedulian perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik untuk memudahkan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasan pelanggannya, agar mereka selalu setia terhadap perusahaan tersebut. Service Excellence berkaitan dengan jasa pelayanan yang diberikan perusahaan dalam upaya untuk memberikan rasa puas dan menumbuhkan kepercayaan pelanggannya. Selain memberikan kepuasan kepada konsumen, service excellence bertujuan memberikan kepuasan kepada konsumen, menjaga agar konsumen merasa diberi perhatian mengenai kebutuhan dan keinginannya, serta menjaga dan menumbuhkan loyalitas konsumen [16]. Terdapat beberapa dimensi service excellence yang dapat dijadikan indikator ukuran baik atau tidaknya suatu kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

Ketepatan waktu pelayanan berkaitan dengan waktu tunggu dan proses.

Kualitas pelayanan berkaitan dengan akurasi atau ketepatan pelayanan

Kualitas pelayanan berkaitan dengan kesopanan dan keramahan pelaku bisnis

Kualitas pelayanan berkaitan dengan tanggung jawab dalam penanganan keluhan pelanggan

Kualitas pelayanan berkaitan dengan sedikit banyaknya petugas yang melayani serta fasilitas pendukung lainnya.

Kualitas pelayanan berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, tempat parker, ketersediaan informasi, dan petunjuk/ panduan lainnya.

Kualitas pelayanan berhubungan dengan kondisi lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC dan alat komunikasi

Customer Loyalty (Loyalitas Pelanggan) (Y)

Menurut Oliver dalam Tarigan et al. (2020) customer loyalty merupakan komitmen yang kuat dari konsumen untuk secara konsisten membeli produk pilihan pada masa depan, meskipun berbagai kendala situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan konsumen berpaling. Indikator yang digunakan berdasarkan Griffin yang dikutip dari Tamher et al. (2019) yaitu :

Repeat Purchases

Purchases Across Product and Services Line,

Refers Other

Resistance To Negative Influences About Other Companies

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang diperoleh dari responden melalui kuesioner. Responden yang berasal dari konsumen Isteria Cafe Sidoarjo didasarkan pada kemudahan pengambilan data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Angka ini sudah dapat mewakili sampel penelitian. Pengumpulan data menggunakan skala likert yakni dengan lima skala yang terdiri dari 1 (Sangat Tidak Setuju), 2 (Tidak Setuju), 3 (Netral), 4 (Setuju), dan 5 (Sangat Setuju). Populasi dalam penelitian ini adalah semua semua konsumen Isteria Cafe dengan jumlah populasi yang tidak diketahui [17]. Teknik pengambilan sampling yang digunakan untuk penelitian ini adalah teknik non probability sampling dengan metode purposive sampling dan dengan karakteristik usia 19-25 tahun. Sampel ini menggunakan rumus unknown population sehingga diperoleh 97 responden. Penelitian ini akan dianalisis menggunakan SPSS 26. Alat uji yang digunakan adalah uji keabsahan data yakni uji validitas dan reliabilitas, serta menggunakan uji hipotesis yakni uji koefisien determinasi (R²), uji T (parsial), dan uji F (simultan).

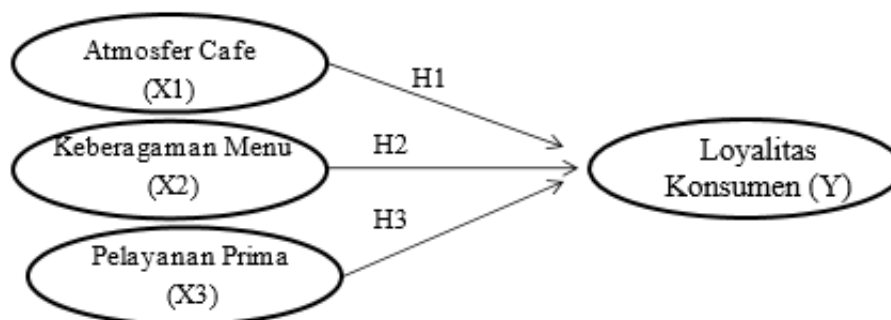


Figure 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis :

H1: Terdapat pengaruh atmosfer cafe terhadap loyalitas konsumen [19].
H2: Terdapat pengaruh keberagaman menu terhadap loyalitas konsumen.
H3: Terdapat pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas

konsumen[20]

Variabel	Indikator	Tingkat Pengukuran
Atmosfer Cafe (X1)	Pencahayaan Desain Kebersihan Dekorasi Musik Tata Letak	Likert
Keberagaman Menu (X2)	Jenis makanan Ukuran porsi Cita rasa Ketersediaan menu	Likert
Pelayanan Prima (X3)	Sikap Perhatian Tanggung Jawab Tindakan	Likert
Loyalitas Konsumen (Y)	Kepuasan akan suasana dan tempat Kepuasan akan produk Kepuasan akan pelayanan Pembelian kembali Rekomendasi kepada orang lain	Likert

Table 2. Indikator Variabel

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan sasaran pelanggan Istoria Cafe di Pagerwojo, Sidoarjo. Setelah dilakukan proses pengambilan data kepada 97 responden penelitian dan analisis data dengan bantuan SPSS 26, diperoleh karakteristik responden dari kuisioner yang sudah dibagikan dan dapat diolah.

Hasil Statistik Deskriptif

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-Laki	20	20,6
2	Perempuan	77	79,4
Jumlah		97	100

Table 3. Analisis Statistik Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 3.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian berdasarkan jenis kelamin menunjukkan hasil bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 20 orang (20,6%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 77 orang (79,4%). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini didominasi oleh responden perempuan sebanyak 77 orang.

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	19-21	9	9,3
2	22-23	56	57,7
3	24-25	32	33
Total		97	100

Table 4. Analisis Statistik Usia

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian berdasarkan usia menunjukkan hasil bahwa responden yang berusia 19-21 tahun sebanyak 9 orang (9,3%), usia responden yang berusia 22-23 tahun sebanyak 56 orang (57,7%) dan usia responden yang berusia 24-25 tahun sebanyak 32 orang (33%). Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 22-23 tahun memiliki jumlah paling banyak dalam penelitian ini.

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Mahasiswa	53	54,6
2	Karyawan Swasta	31	32
3	PNS	2	2,1
4	Lainnya	11	11,3
Total		97	100

Table 5. Analisis Statistik Pekerjaan

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden penelitian berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang berstatus mahasiswa sebanyak 53 orang (54,6%), responden yang bekerja sebagai karyawan swasta sebanyak 31 orang (32%), responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 2 orang (2,1%) dan responden dengan status pekerjaan lainnya sebanyak 11 orang (11,3%). Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa responden yang berstatus mahasiswa memiliki jumlah paling banyak dalam penelitian ini.

Uji Instrumen Data

Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketepatan atau kecermatan dari suatu instrument dalam pengukuran. Hasil yang didapat akan digunakan atau tidak. Untuk menentukan layak tidaknya suatu variabel maka dilakukannya uji validasi menggunakan SPSS sehingga didapatkan setiap variabel dianggap valid dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Untuk menguji apakah variabel cafe atmosphere, menu diversity, service excellence dan customer loyalty dapat dikatakan layak, maka peneliti melakukan uji validasi menggunakan SPSS versi 26 sehingga dihasilkan data sebagai berikut:

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Atmosfer Cafe	X1.1	0,699	0,197	Valid
	X1.2	0,633	0,197	Valid
	X1.3	0,740	0,197	Valid
	X1.4	0,697	0,197	Valid
	X1.5	0,677	0,197	Valid
	X1.6	0,778	0,197	Valid
Keberagaman Menu	X2.1	0,829	0,197	Valid
	X2.2	0,810	0,197	Valid
	X2.3	0,802	0,197	Valid
	X2.4	0,787	0,197	Valid
Pelayanan Prima	X3.1	0,849	0,197	Valid
	X3.2	0,853	0,197	Valid
	X3.3	0,832	0,197	Valid
	X3.4	0,844	0,197	Valid
Loyalitas Konsumen	Y.1	0,812	0,197	Valid
	Y.2	0,767	0,197	Valid
	Y.3	0,839	0,197	Valid
	Y.4	0,861	0,197	Valid
	Y.5	0,884	0,197	Valid

Table 6. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan data dari tabel di atas, dapat disimpulkan jika semua variabel yang ada di kuesioner telah memenuhi standart dan layak untuk penelitian. Dikarenakan r hitung > daripada r tabel sehingga dikatakan jika semua variabel valid atau layak.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang digunakan dalam melakukan pengujian dengan memberikan hasil yang konsisten di setiap uji. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Suatu instrument dapat dikatakan reliabel atau handal bila nilai Cronbach Alpha > 0,7. Jika dijabarkan dalam bentuk tabel seperti berikut :

No .	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1	X1	0,792	Reliabel
2	X2	0,820	Reliabel
3	X3	0,865	Reliabel
4	Y	0,889	Reliabel

Table 7. Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan tabel diatas hasil uji reliabilitas nilai variabel pada Cronbach's dinyatakan masing masing variabel mempunyai reliabilitas yang tinggi.

Alpha

dias

Uji Hipotesis

Uji T

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,385	1,671		1,427	,157
	CAFE ATMOSPHERE	,279	,113	,283	2,473	,015
	MENU DIVERSITY	,214	,117	,180	1,832	,070
	SERVICE EXCELLENCE	,474	,130	,378	3,646	,000

Table 8. Hasil Uji T

Berdasarkan tabel hasil uji parsial, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Variabel atmosfer cafe (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 2,473 dan t tabel sebesar 1,985. Sehingga t hitung > t tabel yang diartikan bahwa variabel atmosfer cafe memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen (Y)

Variabel keberagaman menu (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 1,832 dan t tabel sebesar 1,985. Sehingga t hitung < t tabel yang diartikan bahwa variabel keberagaman menu tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y)

Variabel pelayanan prima (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,646 dan t tabel sebesar 1,985. Sehingga t hitung > t tabel yang diartikan bahwa variabel pelayanan prima memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen (Y)

Uji F

Tabel 3.7 Hasil Uji F						
ANOVA a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	423,498	3	141,166	41,607	,000b
	Residual	315,533	93	3,393		
	Total	739,031	96			
a. Dependent Variable: CUSTOMER LOYALTY						
b. Predictors: (Constant), SERVICE EXCELLENCE, MENU DIVERSITY, CAFE ATMOSPHERE						

Table 9.

Berdasarkan hasil perhitungan yang disajikan diperoleh nilai p-value dari hasil uji f sebesar 0,000. Karena nilai p-value tersebut lebih kecil dari tingkat signifikan $\alpha = 5\%$ atau (0,000 < 0,05), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya variabel atmosphere cafe, menu diversity dan service excellence mempunyai pengaruh terhadap customer loyalty.

Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,757a	,573	,559	1,842
a. Predictors: (Constant), SERVICE EXCELLENCE, MENU DIVERSITY, CAFE ATMOSPHERE				

Table 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan perhitungan tersebut nilai koefisien determinasi sebesar 57,3% yang artinya variabel cafe atmosphere, menu diversity dan service excellence memberikan kontribusi sebesar 57,3% terhadap variabel

customer loyalty yang diteliti. Sedangkan 42,7% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis seperti harga, lokasi dan lainnya.

Pada hasil pengolahan data antar variabel independen yaitu Atmosphere Cafe (X1), Menu Diversity (X2) dan Service Excellence (X3) terhadap variabel dependen yaitu Customer Loyalty (Y) sehingga dapat dideskripsikan hasil penelitian sebagai berikut:

Pengaruh Atmosfer Cafe (X1) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada pelanggan Istoria Cafe diperoleh bahwa ada pengaruh positif dan signifikan cafe atmosphere terhadap customer loyalty. Dari sebaran kuesioner yang didapat, menyatakan bahwa indikator desain pada variabel atmosphere cafe paling banyak dijawab setuju oleh para responden, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan menganggap desain cafe yang unik dan menarik akan bisa menjadi ciri khas dan membedakan cafe satu dengan yang lainnya sehingga akan menarik mereka pula untuk mengunjungi cafe tersebut dan menjadi pelanggan yang loyal.

Istoria Cafe menghadirkan desain yang unik dimana memiliki kubah berwarna biru yang merupakan salah satu ciri khas utama Santorini, atap cafe dari daun kelapa/atap rumbia yang memberi kesan suasana khas di tepi pantai, Istoria juga menghadirkan ornamen-ornamen dinding hingga pot tanaman yang menggunakan warna khasnya yaitu biru dan putih. Indikator ini bisa menjadi alternatif untuk membedakan cafe yang satu dengan yang lainnya. Sehingga menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel atmosphere cafe berpengaruh positif terhadap customer loyalty. Atmosphere cafe yang menarik akan menarik konsumen untuk berkunjung dan datang kembali di cafe tersebut.

Pengaruh Keberagaman Menu (X2) Terhadap Loyalitas Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada pelanggan Istoria Cafe diperoleh bahwa menu diversity tidak berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty. Dari sebaran kuesioner yang didapat, menyatakan bahwa indikator ukuran porsi pada variabel menu diversity yang paling banyak dijawab netral oleh para responden.

Istoria menyediakan menu dengan ukuran porsi yang tidak sesuai dengan standart harapan dan bisa dibilang cenderung sedikit di mata pelanggan, namun hal itu masih bisa ditolerir karena Istoria Cafe menyediakan jenis menu yang tidak terlalu sedikit dan memiliki cita rasa yang enak. Istoria Cafe juga menyediakan menu yang merupakan makanan dan minuman khas Yunani seperti Loukoumades, Greek Frape, Greek Matcha dan Greek Red Felvet sehingga. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel menu diversity tidak berpengaruh terhadap customer loyalty. Pilihan menu yang terlalu banyak bukannya membantu pengunjung, malah justru akan membuat para pengunjung merasa bingung untuk memilih ingin memesan yang mana. jumlah menu yang sedikit justru akan membuat para pengunjung lebih fokus dan leluasa menentukan pilihan mereka, selama pilihan yang ditawarkan tidaklah terlalu minim hal itu akan mempermudah mereka dalam mengambil keputusan

Pengaruh Service Excellence (X3) Terhadap Customer Loyalty (Y)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner pada pelanggan Istoria Cafe diperoleh bahwa ada pengaruh positif dan signifikan cafe atmosphere terhadap customer loyalty. Dari sebaran kuesioner yang didapat, menyatakan bahwa indikator tanggung jawab pada variabel service excellence paling banyak dijawab setuju oleh para responden, hal ini menunjukkan bahwa karyawan Istoria Cafe memiliki integritas yang baik karena mampu bertanggung jawab atas keluhan konsumen.

Istoria Cafe bukanlah satu-satunya cafe yang ada di kawasan Kavling DPR. Oleh karena itu Istoria Cafe tetap berusaha dalam meningkatkan kualitas service excellence terhadap konsumen seperti menghadapi berbagai macam keluhan pelanggan seperti saat hidangan lama disajikan, salah mengantarkan pesanan hingga sikap karyawan yang terlihat tidak ramah. Karyawan Istoria Cafe memiliki cara yang digunakan untuk menangani keluhan tersebut yakni dengan memberikan kesempatan pelanggan untuk menjelaskan keluhannya, mengucapkan permintaan maaf, memberikan saran solusi dan mengucapkan terimakasih dengan mimik wajah dan nada yang bersahabat. Pemberian service excellence kepada pelanggan merupakan ujung tombak bagi sebuah bisnis. Jika pelanggan merasakan dirajakan maka itu bisa menjadi salah satu faktor terbesar mereka akan berkunjung kembali.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa variabel service excellence

berpengaruh positif terhadap customer loyalty. Pelayanan yang sempurna merupakan salah satu nilai jual yang penting bagi sebuah perusahaan. Sebuah pelayanan dikatakan sempurna apabila dampak yang terjadi pada konsumen adalah loyalitas yang sangat tinggi. Sehingga konsumen tidak akan ragu-ragu lagi untuk membeli produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Bahkan, pelanggan yang loyal akan dengan sendirinya memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen lain dengan sukarela dikarenakan sudah sangat nyaman dan diuntungkan dengan adanya pelayanan yang sempurna tersebut.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh pada uji parsial (uji t) dimana nilai signifikan adalah $0,015 < 0,05$ yang berarti variabel atmosphere cafe (X1) berpengaruh positif terhadap customer loyalty (Y) di Istoria Cafe Sidoarjo. Secara teoritis penciptaan atmosfer cafe yang bagus mempengaruhi loyalitas konsumen ini dibuktikan dengan suasana cafe yang terinspirasi dari Santorini, Yunani sehingga konsumen merasa tertarik untuk mengunjungi ditambah pula dengan faktor lain seperti kebersihan, musik dan desain yang membuat konsumen betah berlama-lama di Istoria Cafe.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh pada uji parsial (uji t) dimana nilai signifikan adalah $0,070 > 0,05$ yang berarti variabel menu diversity (X2) tidak berpengaruh terhadap customer loyalty (Y) di Istoria Cafe Sidoarjo. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner dimana indikator jenis makanan yang tidak bervariasi, jadi walaupun ada faktor yang kurang pada Istoria Cafe tapi hal tersebut tidak mempengaruhi loyalitas konsumen karena masih ada variabel lain yang menjadikan konsumen lebih loyal pada cafe tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh pada uji parsial (uji t) dimana nilai signifikan adalah $0,000 < 0,05$ yang berarti variabel service excellence (X3) berpengaruh positif terhadap customer loyalty (Y) di Istoria Cafe Sidoarjo. Secara teoritis semakin baik pelayanan yang diberikan mempengaruhi loyalitas konsumen ini dibuktikan dengan sikap, tindakan dan rasa tanggung jawab dari karyawan Istoria Cafe yang membuat konsumen merasa dihargai sehingga pelanggan mau berkunjung kembali dan menjadi konsumen yang loyal.

References

1. P. M. Bisnis, P. S. Manajemen, F. Bisnis, and J. Siwalankerto, "Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan Noach Cafe and Bistro," *J. Bus. Manag.*, vol. 7, no. 2, pp. 1-10, 2019.
2. A. Mariansyah, U. B. Darma, A. Syarif, and U. B. Darma, "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen Cafe Kabalu," *J. Bus. Econ.*, vol. 3, no. 2, pp. 134-146, 2020.
3. E. R. Tamher, W. Tabelessy, and G. Tahapary, "Atmosfer cafe pengaruhnya terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan cafe pasir putih di kota Ambon," *J. Manaj. SOSO-Q*, vol. 7, no. 2, pp. 97-112, 2019, [Online]. Available: <https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/sosoq/article/download/1000/477>
4. J. Widyanto and H. Siaputra, "Analisa pengaruh atmosphere terhadap behavioral intention dengan customer satisfaction sebagai intervening variable pada Our Bar Surabaya," *J. Hosp. Manag.*, pp. 203-221, 2020.
5. A. P. Sakti, S. Sulistiono, D. Astrini, and L. Stephanie, "Pengaruh service excellence, servicescape dan handling complaint terhadap kepuasan pelanggan restoran Cimory Riverside," *J. Ilm. Pariwisata Kesatuan*, vol. 2, no. 1, pp. 9-20, 2021, doi: 10.37641/jipkes.v2i1.582.
6. I. Agustin, M. Naely, A. Dan, and B. Santoso, "Product diversity, atmosfer kafe dan harga dampaknya terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cak Wang Banyuwangi," *J. Bus. Econ.*, vol. 5, no. 3, pp. 75-88, 2019.
7. C. B. Gunawan, "Analisis perbandingan pengaruh store atmosphere terhadap loyalitas pelanggan coffee shop di Bandung Konsumsi Kopi Negara Ekspor," *J. Manaj.*, vol. 20, no. November, pp. 51-62, 2020.
8. J. Satyagraha et al., "Harga dan keberagaman produk serta pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan restoran," *J. Bus. Econ.*, vol. 5, no. 1, pp. 37-47, 2022.
9. L. Bilqis, A. Nunung, P. P. Ganesha, P. Studi, and A. Keuangan, "Pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen Schatje Kids di Bandung," *J. Bus. Manag.*, vol. 2, no. 1, 2021.
10. F. Yanti, Y. Anwar, and S. M. Bramana, "Pengaruh service excellence terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Baturaja," *J. Bus. Econ.*, vol. 9, no. 2, pp. 214-224, 2021.
11. E. C. Pratama and C. K. Dewi, "Pengaruh store atmosphere terhadap customer loyalty melalui satisfaction (Studi pada Gahenna Kopi) Influence of store atmosphere on customer loyalty through satisfaction (Study on Gahenna Coffee)," *J. Hosp. Manag.*, vol. 9, no. 2, pp. 848-858, 2022.
12. P. S. Manajemen, "Menguji pengaruh keragaman menu, kualitas produk, store atmosphere, dan harga terhadap loyalitas pelanggan di Wedangan Jimboeng," *J. Bus. Manag.*, vol. 7, no. 1, pp. 115-123, 2020.
13. S. Sumartik, M. Hariasih, L. Indayani, and D. Andriani, "The effect of e-service quality and brand image on customer loyalty to conventional banks during the COVID-19 pandemic," *J. Econ. Stud.*, vol. 12, no. 5, pp. 36-45, 2022, doi: 10.18502/kss.v7i10.11207.
14. B. Kecamatan and S. Kabupaten, "Pelayanan prima terhadap loyalitas konsumen di toko Barokah Kecamatan Subang Kabupaten Subang," *J. Bus. Econ.*, vol. 4, no. 1, pp. 1-10, 2022.
15. N. Eltonia and K. A. Hayuningtias, "Pengaruh citra merek, persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan (AMDK) merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang," *J.*

- Econ. Stud., vol. 6, no. 2, pp. 250-256, 2021.
16. A. Baharuddin and B. Sudaryanto, "Pengaruh store atmosphere terhadap repurchase decision dan loyalitas konsumen pada coffee shop (Studi pada konsumen Coffee Shop di Semarang)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 10, no. 5, pp. 1-6, 2021, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
 17. N. Hikmat and N. Saefudin, "Ramen Restaurant In Kabupaten Sumedang Pengaruh Keberagaman Produk Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Restoran Ucings Ramen Di Kabupaten Sumedang," *J. Bus. Econ.*, vol. 4, no. 3, pp. 1675-1686, 2023.
 18. Mubayyanah, A. Kunaifi, F. Rahman, and A. Rosyid, "Ragam menu, harga, dan lokasi: Pengaruhnya terhadap pelanggan restoran," *Masyrif J. Econ. Bus. Manag.*, vol. 1, no. 1, pp. 55-80, 2019, [Online]. Available: <https://ejournal.idia.ac.id/index.php/masyrif/article/view/220>
 19. F. F. Maulyan, D. Y. Drajat, R. Y. Angliawati, and D. Sandini, "Pengaruh Service Excellent Terhadap Citra Perusahaan Dan Loyalitas Pelanggan: Theoretical Review," *J. Sains Manaj.*, vol. 4, no. 1, pp. 2685-6972, 2022, [Online]. Available: <https://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
 20. N. F. Naini, Sugeng Santoso, T. S. Andriani, U. G. Claudia, and Nurfadillah, "The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty," *J. Consum. Sci.*, vol. 7, no. 1, pp. 34-50, 2022, doi: 10.29244/jcs.7.1.34-50.