

**PENGARUH *PRICE, STORE ATMOSPHERE*, DAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN**

(Studi Pada Pelanggan Café Qita Dau Malang)

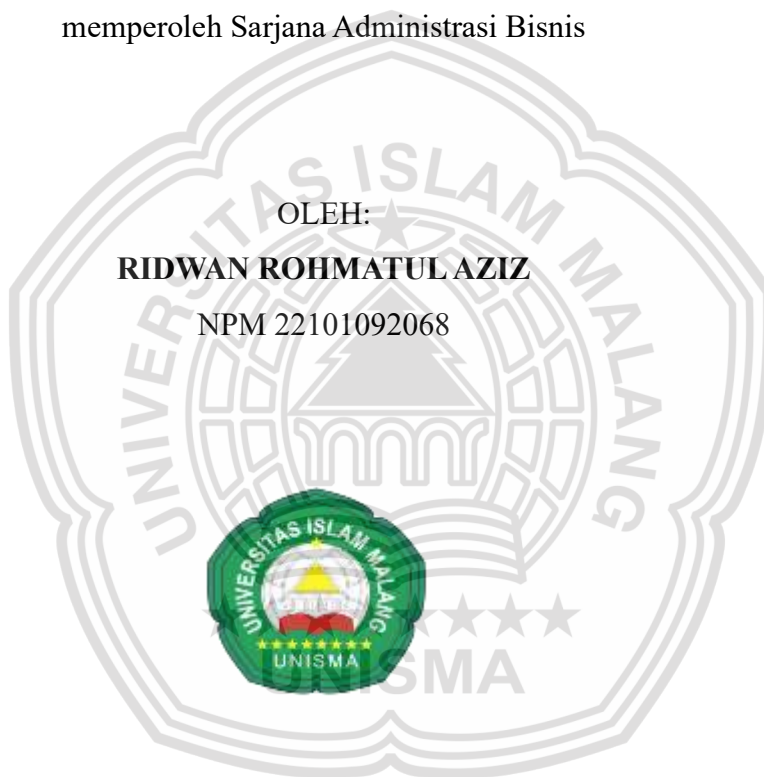
SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan
memperoleh Sarjana Administrasi Bisnis

OLEH:

RIDWAN ROHMATULAZIZ

NPM 22101092068



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2026**

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا , إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

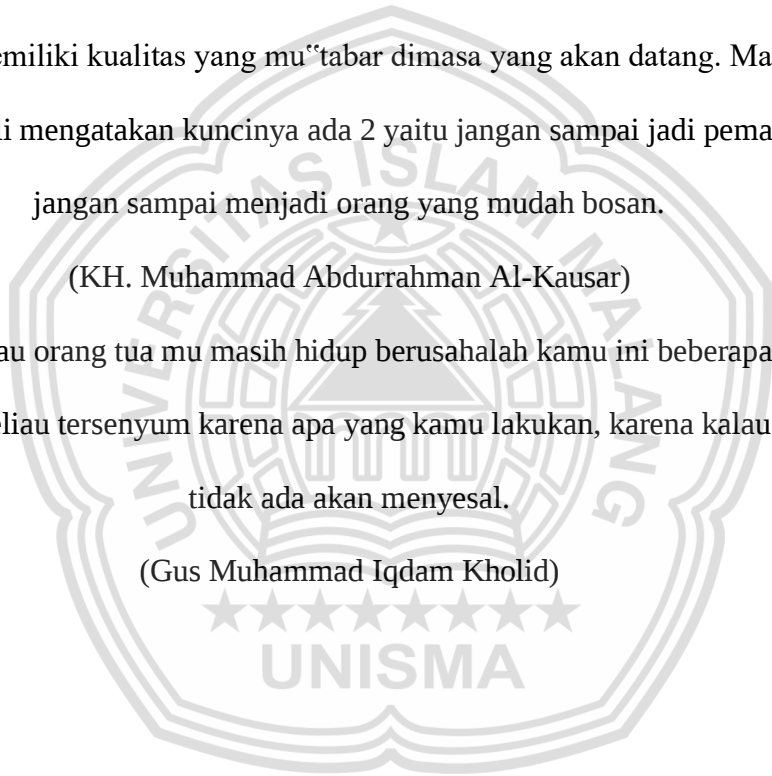
(Q.s Al Insyirah 5-6)

Kita jangan sampai punya 2 penyakit yaitu الكسل (malas) & mudah bosan. Jika kita ingin sukses, kita boleh apapun atau siapapun yang kita mau hari ini. Namun, jika kita ingin memiliki kualitas yang mu‘tabar dimasa yang akan datang. Maka kata Sayyidina Ali mengatakan kuncinya ada 2 yaitu jangan sampai jadi pemalas dan jangan sampai menjadi orang yang mudah bosan.

(KH. Muhammad Abdurrahman Al-Kausar)

Selagi kalau orang tua mu masih hidup berusahalah kamu ini beberapa kali membuat beliau tersenyum karena apa yang kamu lakukan, karena kalau sudah tidak ada akan menyesal.

(Gus Muhammad Iqdam Kholid)



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul

PENGARUH *PRICE, STORE ATMOSPHERE, DAN CUSTOMER SERVICE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
(Studi Pada Pelanggan Café Qita Dau Malang)

Telah dipertahankan di depan Majelis Penguji Skripsi dan telah dinyatakan

LULUS

Malang, 5 Februari 2026

Majelis Penguji

Ketua Penguji

Anggota Penguji I



(Ainal Chanafi S.A.B., M.A.)

NPP. 210605199232232



(Daris Zunaida, S.A.B., M.A. B)

NPP. 131206198232223

Anggota Penguji II

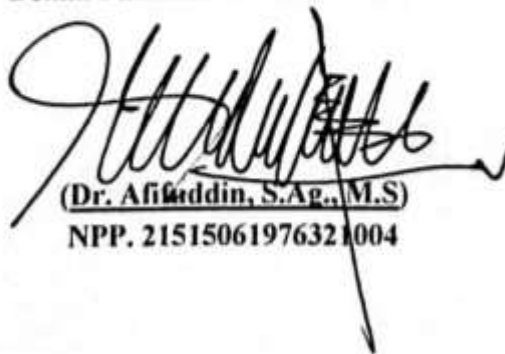


(Rio Era Deka, S.Pd., M.M)

NPP. 222008199132102

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Administrasi



(Dr. Afiduddin, S.Ag., M.S)

NPP. 21515061976321004

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ridwan Rohmatul Aziz
NPM : 22101092068
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Administrasi
Universitas : Universitas Islam Malang
Judul : PENGARUH PRICE, STORE ATHMOSPHERE, DAN
CUSTOMER SERVICE TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN (Studi terhadap Cafe Qita Dau Malang)

Malang, 16 Januari 2026

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Daris Zunaida, S. AB. M. AB.

Rio Era Deka, S.Pd. M.M.

NPP. 131206198232223

NPP. 222008199132102

Mengetahui,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Ibu Karina Utami Anastuti, S.AB. M. AB.

NPP : 211305199032130

PERNYATAAN ORISINILITAS SKRPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) no. 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Malang, 15 Januari 2026

Maha



(Ridwan Rohmatul Aziz)

NPM: 22101092068



HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmaanirrohim

Puji syukur Alhamdulillah saya ucapkan kepada-Mu ya Rabb

Dengan Ridho-Mu karya ini bisa tertuntaskan atas tempo yang tepat.

Dengan nikmat-Mu pula, kau memberkahi diriku dikelilingi

individu dengan hati yang baik.

Selalu terpanjatkan, Sholawat serta salam kiranya dapat tercurahkan kepada Baginda

Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wasallam.

Skripsi ini kupersembahkan kepada individu yang saya sayangi, yang selalu membahagiakan juga menghargai saya, menjadikan kehidupan yang fana ini bisa menjadi keberkahan dan lebih bermakna.

1. ALLAH SWT dengan keberkahan nikmat karunia-Nya, ridho beserta inayah-Nya mejadikan karya ini diberikan kemudahan serta dilancarkan dalam pengerjaannya.
2. Kepada kedua orang tua tercinta yang senantiasa melantunkan doa, motivasi, juga semangat tanpa henti, menjadikan penulis bisa kuat untuk terus berjuang dalam menuntaskan karya ini.
3. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Dian Kharisma Sandi, Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Telah berkontribusi dengan signifikan dalam penyusunan karya tulis ini, baik melalui dukungan tenaga maupun waktu. Upaya lainnya yakni turut memotivasi secara moral dengan ada mendampingi penulis untuk tetap berjuang.
4. Kepada temanku Faisol Ma'arif, Ricky Rahmadani, dan Ogy Eurico Al Fayadel yang selalu memberikan motivasi serta *partner-in-crime* penulis dalam keadaan apapun serta teman berbagi keluh kesah.
5. Almamater dan kepada berbagai pihak yang tak mampu disebutkan namanya satu per satu yang telah mendukung serta membantu hingga terselesaikan nya penelitian ini.
6. Dan yang terakhir, kupersembahkan kepada diri saya sendiri yang telah bertahan dan berjuang untuk mencapai titik ini menjadikannya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan rasa syukur kelimpahan berkah dari Tuhan Yang Maha Esa, karena atas karunia-Nya, sehingga bisa menyajikan karya skripsi berikut dengan baik. Semoga Allah memberkahi dan memberikan kedamaian kepada panutan umat, Nabi Muhammad, dan kepada keluarga serta para sahabatnya selamanya.

Dengan limpahan rahmat serta karunia-Nya, peneliti akhirnya bisa menuntaskan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul “*PENGARUH PRICE, STORE ATMOSPHERE, DAN CUSTOMER SERVICE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN* (Studi terhadap Cafe Qita Dau Malang)”. Tulisan berikut tak bisa terwujud dengan mudah tanpa doa, bantuan, dukungan, serta bimbingan dari semua pihak. Dengan begitu, ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada beberapa pihak, yakni:

1. Bapak Prof. Drs. H. Junaidi, M. Pd., Ph. D. selaku Rektor Universitas Islam Malang.
2. Bapak Dr. Afifuddin, S.Ag., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang.
3. Ibu Karina Utami Anastuti, S.AB. M. AB., selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
4. Ibu Daris Zunaida, S. AB. M. AB. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah menyajikan bimbingan, ajaran, pengarahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

5. Rio Era Deka, S.Pd. M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang sudah memberikan bimbingan, ajaran, pengarahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

Seluruh teman teman yang tak henti mendo'akan, semangat dan motivasi kepada penulis hingga saat ini. Sejumlah pihak yang sudah menyokong dan memotivasi penulis hingga saat ini yang tak bisa diuraikan semuanya.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua orang atas seluruh motivasi, kebaikan, dan bantuan yang dpersembahkan kepada penulis. Penulis mengakui banyaknya kesalahan dalam penulisan makalah, serta keterbatasan dalam konten dan kerangka konseptual skripsi. Dengan begitu, penulis menantikan beragam kritik dan saran yang berkaitan dengan makalah ini guna meningkatkan kualitas makalah di masa mendatang.

Malang, 15 Januari 2026

Peneliti

DAFTAR RIWAYAT PENULIS



Nama Lengkap : Ridwan Rohmatul Aziz
Tempat, Tanggal Lahir : Tulungagung, 08 November 2001
Nomor Induk Mahasiswa : 221.01.09.2068
E-mail : azizridwan045@gmail.com
Nama Orang Tua : Nurhidayah (Ibu)

Riwayat Pendidikan:

1. SDN 01 Kradinan 2009-2015
2. MTsN 01 Blitar 2015-2018
3. MAN 03 Blitar 2018-2021
4. Universitas Islam Malang 2021-2025
5. Magang KUD Karangploso 2024

RINGKASAN

Ridwan Rohmatul Aziz, 2026, Dampak *Price*, *Store Atmosphere* dan *Customer Service* terhadap Kesetiaan Pelanggan (Studi di Café Qita Dau Malang), Daris Zunaida, S.A.B., M.A. B, Rio Era Deka, S.Pd. M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketatnya persaingan bisnis Cafe di Malang, sehingga Café Qita Dau perlu memahami faktor loyalitas pelanggan. Rumusan masalah dan maksud studi berikut yakni guna mengkaji akan dampak harga, suasana toko, serta pelayanan dengan bersamaan maupun parsial kepada loyalitas pelanggan sebagai bahan evaluasi strategi pemasaran.

Metode studi yang diaplikasikan yakni berupa *explanatory research* atas pendekatan kuantitatif, yang mana data dihimpun atas pengaplikasian kuesioner juga penganalisaan dari regresi linier berganda. Populasi pada studi berikut mencakup seluruh pelanggan yang pernah melakukan pembelian di Café Qita Dau Malang yang jumlah pastinya tidak diketahui. Mengingat kuantitas populasi yang tak terhingga, penetapan sampel dilakukan atas pengaplikasian rumus Lemeshow yang menghasilkan jumlah minimal 96,04 partisipan, sehingga peneliti menetapkan 100 partisipan sebagai sampel penelitian dengan teknik purposive sampling. Temuan studi kemudian mendapati dengan bersamaan yakni, harga, suasana toko, serta pelayanan pelanggan berdampak signifikan kepada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Price*, *Store Atmosphere*, *Customer Service*, Loyalitas Pelanggan.

SUMMARY

Ridwan Rohmatul Aziz, 2026, The Impact of Price, Store Atmosphere, and Customer Service on Consumer Loyalty (A Study at Café Qita Dau Malang), Daris Zunaida, S.A.B., M.A.B., Rio Era Deka, S.Pd., M.M.

This research is driven by the intense competition in the café business in Malang, which requires Café Qita Dau to understand the factors influencing customer loyalty. The research problem and objective are to analyze the simultaneous and partial effects of price, store atmosphere, and customer service on customer loyalty as a basis for evaluating marketing strategies.

The research method applied is explanatory research with a quantitative approach, where data collection is carried out using questionnaires and multiple linear regression analysis. The population in the following research is all customers who have made purchases at Café Qita Dau Malang, the exact number of which is unknown. Considering that the population is unlimited, the sample was determined using the Lemeshow formula which resulted in a minimum number of 96.04 participants, so the researcher determined 100 participants as the research sample using a purposive sampling technique. The research findings then found that simultaneously, price, store atmosphere, and customer service had a significant influence on customer loyalty.

Keywords: Price, Store Atmosphere, Customer Service, Customer Loyal.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sektor usaha makanan dan minuman yakni kontributor signifikan dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (2023). Sektor ini terus mengalami trend positif seiring dengan meningkatnya kebutuhan konsumsi masyarakat. Dengan adanya peluang bisnis yang besar tersebut membuat investor berlomba – lomba untuk memasuki usaha *Food and Beverage*. Café sebagai sebuah usaha kuliner yang amat digemari dan bermunculan di berbagai tempat.

Bisnis atau usaha Cafe di Indonesia, khususnya di kota Malang, menunjukkan progres yang laju dalam dekade terakhir. Pertumbuhan berikut ditandai dengan meningkatnya jumlah Café yang menawarkan berbagai konsep unik untuk menarik pelanggan. Namun, atas ketatnya persaingan, mempertahankan loyalitas pembeli memerankan tantangan krusial bagi pelaku usaha kuliner. Persaingan yang cukup ketat ini, maka bisnis Café wajib menaikkan efektivitas akan usaha yang digeluti atas upaya pemberian ciri khas yang dipunya, dibanding akan pesaing yang lain. Maka dari itu, perlunya inovasi untuk nantinya dapat merebut hati para pelanggannya. Setiap Cafe yang berdiri menawarkan banyak keunggulan sebagai pemikat yang bertujuan memuaskan pelanggan saat berkunjung dan menikmati pelayanan yang disediakan

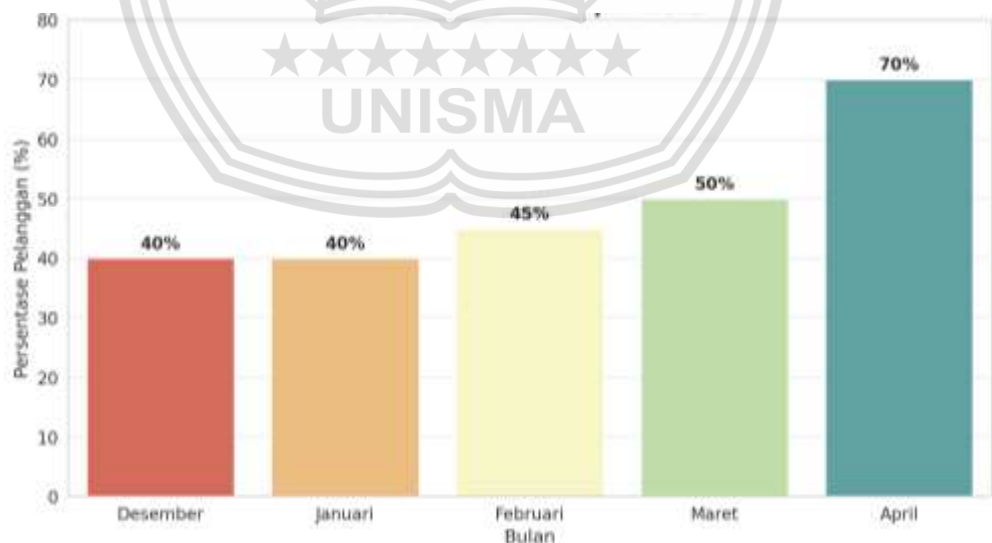
Café merupakan tempat menyajikan minuman dan makanan dengan konsep tenang atau terkesan informal. Marsum (2005) menguraikan Café yakni ruang yang menyediakan santapan cepat saji dengan suasana tenang dan tidak formal, café juga bagian akan restoran yang kerap menyajikan area duduk, baik di dalam maupun di luar ruangan. Pandangan dari Marsum tersebut mendefinisikan bahwa Café yakni tempat yang menyajikan makanan dan minuman yang berorientasi pada profit namun menyediakan kenyamanan pada pengunjung.

Cafe telah menjadi bagian integral dari kehidupan perkotaan modern, tak cuma menjadi ruang guna menikmati santapan, namun juga sebagai pusat aktivitas sosial dan budaya. Seiring dengan perkembangan zaman, Café telah mengalami evolusi dari sekadar tempat untuk minum kopi menjadi tempat yang menyediakan beragam minuman, makanan ringan, hingga makanan utama, serta menjadi *platform* untuk pertemuan informal, diskusi, dan bahkan pertunjukan seni Santoso, A. (2022).

Cafe Qita Dau Malang yakni sebuah Cafe yang amat populer di lokasi Dau, Malang. Dengan konsep yang unik dan lokasi yang strategis, Cafe Qita menarik berbagai kalangan pelanggan, terutama kalangan mahasiswa dan pekerja muda. Namun, dalam menghadapi rivalitas yang kian kompetitif, penting bagi Cafe Qita untuk mendalami sejumlah kendala yang bisa memberikan dampak kepada loyalitas para pembelinya.

Upaya berikut menjadi peluang akan Cafe Qita Dau untuk terus melakukan evaluasi dan belajar dalam perkembangan bisnis kedai kopi. Oleh karena itu, Café Qita berkomitmen untuk terus mengembangkan dengan sangat aktif. Café Qita ini terletak di Jl. Jetak Ngasri, Mulyoagung, Kec. Dau, Kota Malang, Jawa Timur 65151. Coffe shop ini sudah berdiri sekitar tahun 2020, yang dimana dilokasi tersebut juga terdapat beberapa coffe shop yang baru-baru ini berdiri di daerah tersebut. Namun dengan adanya pesaing maka Café Qita Dau terus mengupdate perkembangan *coffe shopnya* dan mempertahankan kualitas dari Cafe tersebut sehingga dapat memberikan kenyamanan yang diperoleh pelanggan pada saat datang merasa betah saat mengunjungi dan melakukan pembelian di Café Qita Dau, Malang tersebut.

Trend Kenaikan Pelanggan Café Qita
Desember 2024 – April 2025



Gambar 1 Data Jumlah Pelanggan Café Qita
Sumber: Café Qita (2025)

Berdasarkan hasil wawancara dengan kak memet selaku manajer di Café Qita, diperoleh informasi menarik bahwa jumlah pelanggan Café Qita mengalami peningkatan yang signifikan dalam kurun lima bulan terakhir yaitu selama periode Desember 2024 hingga April 2025. Kenaikan jumlah pelanggan ini menunjukkan adanya kecenderungan positif dari pelanggan terhadap eksistensi Cafe Qita di tengah persaingan industri Cafe yang semakin kompetitif.

Seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1 jumlah pelanggan pada Pada bulan Desember dan Januari, jumlah pelanggan masih berada pada angka 143 atau kisaran 40%, yang oleh pemilik dianggap sebagai tahap awal pemulihan setelah fluktuasi pengunjung yang biasa terjadi pada akhir tahun. peningkatan mulai terlihat pada bulan Februari dengan jumlah pelanggan mencapai 177 *customer* atau sekitar 45%, kemudian meningkat menjadi 234 *customer* atau sekitar 50% pada bulan Maret, dan mengalami peningkatan yang signifikan hingga 70% atau sekitar 686 *customer* pada bulan April.

Peningkatan tersebut tidak hanya mencerminkan keberhasilan dari sisi operasional, tetapi juga menunjukkan bahwa pelanggan mulai membentuk hubungan emosional dan preferensial terhadap Cafe Qita, yang menjadi cikal bakal loyalitas pelanggan. Pemilik Cafe menjelaskan bahwa faktor-faktor seperti peningkatan kualitas pelayanan, kenyamanan suasana, inovasi menu, dan promosi yang konsisten berperan besar dalam mendorong pertumbuhan jumlah pelanggan secara berkelanjutan.

Karakteristik Loyalitas Pelanggan Cafe Qita sangat penting untuk dipahami dalam konteks persaingan bisnis yang ketat ini. Loyalitas pelanggan Cafe Qita tercermin dari kesetiaan pelanggan untuk terus kembali menikmati produk dan layanan yang disediakan, serta kemauan mereka untuk merekomendasikan Cafe ini kepada orang lain. Faktor kenyamanan suasana yang hangat dan ramah, konsistensi kualitas produk, serta pelayanan yang responsif dan personal menjadi kunci utama yang membuat pelanggan merasa terikat secara emosional dengan Cafe Qita. Loyalitas ini tak cuma berdampak akan kenaikan penjualan, namun kerap memperkuat posisi Cafe Qita dalam industri lokal.

Loyalitas pelanggan bisa menjadi landasan akan penetapan kebijakan sebuah lini usaha, baik dalam menaikkan juga penyesuaian nilai produk yang dijual. Melalui loyalitas tersebut, bisa didapati informasi berharga terkait cara para pembeli menafsirkan, mengolah, serta menyimpan pengalaman mereka kepada produk yang dibeli. Dengan begitu, loyalitas pelanggan amat berdampak atas pembangunan kepercayaan pembeli atas penentuan keputusan pembelian. Upaya yang lain, juga mencerminkan level dukungan oleh konsumen kepada produk perusahaan. Di sisi lain, loyalitas bisa menjadi indikator tingkat kepercayaan pelanggan kepada mutu serta nilai yang ditawarkan oleh perusahaan.

Loyalitas pelanggan yakni kunci untuk keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis, terutama dalam industri makanan dan minuman yang sangat kompetitif. Pelanggan dengan sikap loyal tak cuma akan membeli

ulang secara berkesinambungan, namun kerap kali berpotensi menjadi duta merek yang merekomendasikan produk kepada orang lain. Kelayakan individu pembeli diberi dampak akan sejumlah alasan, terhitung harga, suasana toko, juga layanan pelanggan. Ketiga alasan berikut kerasp beriringan serta bisa memberikan dampak kepada pandangan para pemeli. Penelitian menunjukkan bahwa kombinasi dari ketiga elemen ini dapat membangun pengalaman para pembeli dengan positif, yang mana gilirannya meningkatkan loyalitas. Dengan begitu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana masing-masing faktor ini berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan di Cafe Qita.

Faktor lain yang juga tidak kalah pentingnya untuk dievaluasi oleh pelanggan yakni harga dan pelaku usaha perlu menyadari bahwa peran harga dapat membentuk sikap pelanggan Mowen dan Minor (2002). Harga merupakan salah satu variabel yang sangat penting sehubungan dengan bisnis Café yang semakin ketat. Disamping harga yang terjangkau oleh pelanggan, harga memiliki peran pada persepsi pembeli, yaitu, pengorbanan (*sacrifice*), nilai, dan keputusan untuk membeli. Harga digunakan pula sebagai indikator kualitas produk dan layanannya Yudira (2022).

Apabila dilihat dari sisi produsen, harga merupakan unsur yang berdampak langsung terhadap laba perusahaan. Sebaliknya, apabila dilihat dari sisi pelanggan, harga lebih sering digunakan sebagai tolak ukur nilai saat harga tersebut dikaitkan dengan manfaat yang dirasakan suatu produk.

Store Atmosphere yakni kunci utama dalam menunjang bisnis Cafe dimana pelanggan merasa nyaman untuk sedikit melepaskan penat dan tempat yang pas untuk dikunjungi yakni Café yang memberikan suasana positif yang dapat dirasakan dan yang tercipta dapat membuat perasaan pelanggan lebih nyaman dengan tempat lain yang pernah didatangi pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang ada, dari segi pelayanan yang mempunyai peranan yang sangat penting dalam mewujudkan suasana dalam segi pelayanan dan ketika karyawan memberikan pelayanan yang ramah maka pelanggan akan merasa nyaman di café tersebut. Kualitas pelayanan yang efektif bisa sebagai kelebihan persaingan Cafe yang ada di daerah kota Malang.

Tabel 1 Data Rating Pelanggan Café Qita dengan Kompetitor Lain

Aspek	Cafe Qita Dau Malang	Perbedaan Kompetitor Lain di Dau	Persamaan
Rating Pelanggan	Memiliki rating relatif tinggi 4.3/5, dengan banyak ulasan positif yang menekankan pada kenyamanan tempat serta harga yang terjangkau.	Rating berkisar 4.0 – 4.2, namun jumlah ulasan lebih sedikit. Ulasan positif biasanya terkait dengan rasa menu tertentu dan pelayanan yang cukup baik.	Sama-sama mendapat rating di atas 4.0, menunjukkan bahwa keduanya masih dipercaya dan diminati oleh pelanggan.
Suasana Tempat	Suasana adem dan tenang, terdapat <i>view</i> sawah, pilihan tempat duduk <i>indoor</i> maupun <i>outdoor</i> , cocok untuk belajar, bekerja, dan nongkrong.	Suasana cenderung sempit dan panas, tidak semua memiliki area <i>outdoor</i> sehingga kurang fleksibel untuk kegiatan belajar lama.	Sama-sama berfungsi sebagai tempat nongkrong dan bersosialisasi, meskipun fasilitas berbeda.

Aspek	Cafe Qita Dau Malang	Perbedaan Kompetitor Lain di Dau	Persamaan
Harga Menu	Kisaran harga Rp8.000 – Rp20.000, sangat terjangkau bagi pelajar dan mahasiswa, dengan variasi menu yang cukup beragam.	Harga mulai dari Rp15.000 ke atas, cenderung lebih mahal dan variasi menu terbatas dibanding Café Qita.	Sama-sama menyediakan menu kopi, minuman ringan, serta makanan pendamping untuk teman nongkrong.
Pelayanan	Pelayanan <i>fast response</i> , bisa memesan via WhatsApp, <i>waiters</i> dikenal ramah dan sopan.	Beberapa tempat pelayanannya lambat dan kurang ramah dalam melayani pelanggan.	Sama-sama menyediakan layanan langsung di tempat, namun kecepatan dan keramahan berbeda.
Rekomendasi Media	Masuk daftar “5 Cafe Estetik & Nyaman di Malang” versi Radar Malang, sehingga mendapat eksposur yang cukup besar.	Tidak banyak direkomendasikan oleh media lokal maupun <i>online</i> .	Sama-sama dikenal masyarakat sekitar, meski tidak semua mendapat sorotan media.
Jumlah Ulasan	Memiliki 100+ ulasan di Google & Horego dengan tren positif.	Umumnya hanya memiliki <50 ulasan, sehingga belum banyak dikenal secara luas.	Sama-sama sudah mulai mendapat ulasan <i>online</i> dari pelanggan.

Sumber: radarmalang.jawapos.com

Berdasarkan data yang dikutip dari situs radarmalang.jawapos.com, Cafe Qita Dau Malang menunjukkan keunggulan dalam berbagai aspek dibandingkan kompetitor lain yang berada di kawasan Dau, Malang. Hal ini terlihat dari beberapa indikator seperti rating pelanggan, suasana tempat, harga menu, pelayanan, serta rekomendasi media.

Dari segi rating pelanggan, Café Qita memperoleh skor 4.3 dari 5, disertai dengan banyak ulasan positif terkait kenyamanan dan harga yang ditawarkan. Sementara itu, kompetitor lain di wilayah yang sama hanya

memperoleh rating sekitar 4.0–4.2 dengan jumlah ulasan yang lebih sedikit (Radar Malang, 2025).

Suasana tempat juga menjadi salah satu daya tarik utama Café Qita. Cafe ini memiliki lingkungan yang adem, tenang, serta menawarkan pemandangan sawah, dengan pilihan area *indoor* maupun *outdoor*. Suasana seperti ini dianggap cocok bagi pengunjung yang ingin belajar maupun sekadar bersantai. Sebaliknya, beberapa Café lain terkesan sempit dan panas, serta tidak semuanya memiliki area terbuka yang nyaman.

Terkait harga menu, Cafe Qita memberikan pilihan yang sangat terjangkau, yaitu mulai dari Rp8.000 hingga Rp20.000, sehingga lebih ekonomis bagi pelajar dan mahasiswa. Sementara itu, harga menu di Café pesaing umumnya dimulai dari Rp15.000 ke atas, yang relatif lebih mahal.

Dari aspek pelayanan, Café Qita dikenal dengan respon cepat, dapat melakukan pemesanan melalui *WhatsApp*, dan pelayannya dinilai ramah serta sopan. Hal ini cukup berbeda dengan kompetitor lain yang beberapa di antaranya dinilai lambat dan kurang responsif dalam melayani pelanggan.

Dari segi jumlah ulasan, Café Qita mencatat lebih dari 100 ulasan di *platform Google* dan *Horego*, sementara kompetitor lain rata-rata hanya memiliki kurang dari 50 ulasan. Hal ini menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan dan perhatian pelanggan terhadap Café Qita.

Perusahaan harus memberikan kinerja dan pelayanan yang memuaskan bagi pelanggan karena akan menjadi kesan sendiri pelanggan,

memberikan pelayanan pelanggan yang baik merupakan upaya perusahaan untuk pengoptimalan di era persaingan yang ketat. *Customer service* yakni salah satu aspek yang paling mudah dikenali oleh pelanggan dan punya dampak signifikan kepada pandangan pembeli kepada suatu lini usaha. Layanan *customer service* dengan mutu tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat citra merek, dan membantu meningkatkan pangsa pasar perusahaan. Di sisi lain, layanan *customer service* yang buruk dapat menyebabkan kekecewaan pelanggan, berpotensi mengakibatkan kehilangan pelanggan, serta merusak reputasi perusahaan.

Penelitian ini berangkat dari adanya kesenjangan empiris, yaitu belum adanya kajian yang secara spesifik menganalisis pengaruh kombinasi item *price*, *store atmosphere*, juga *customer service* kepada loyalitas pelanggan pada Café Qita Dau, padahal ketiga faktor ini sering menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pelanggan untuk kembali. Selain itu, belum diketahui secara pasti sejauh mana masing-masing variabel tersebut berkontribusi terhadap terbentuknya loyalitas pelanggan secara statistik dan praktis.

Uraian latar belakang mendapati yakni penulis akan mengkaji item *Price*, *Store atmosphere* juga *Customer Service* yang mempengaruhi loyalitas pelanggan studi pada Café Qita Dau, maka penelitian ini mengambil judul “Pengaruh *Price*, *Store Atmosphere*, dan *Customer Service* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Café Qita Dau Malang”. dengan studi kasus pada pelanggan Café Qita Dau.

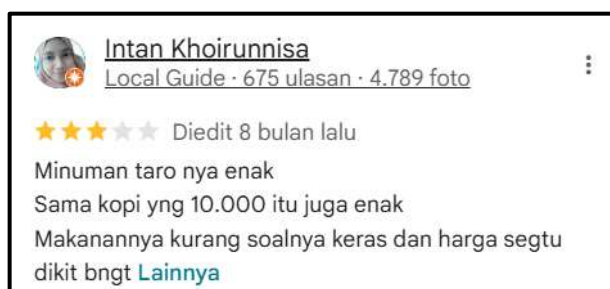
Gambar 2 Review Pelanggan Café Qita Dau Malang



Sumber: Google Maps Café Qita (2025)

Gambar di atas menunjukkan ulasan positif dari pelanggan Cafe Qita. Pelanggan menilai bahwa suasana Cafe terasa nyaman, terutama pada sore hari yang sejuk, serta menyebutkan menu makanan seperti nasi goreng dan siomay goreng memiliki cita rasa yang enak. Walaupun terdapat keluhan mengenai koneksi wifi yang kurang stabil, hal tersebut tidak mengurangi kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Hal ini terbukti dari rekomendasi positif yang tetap diberikan oleh pelanggan. Ulasan ini mencerminkan bahwa Cafe Qita berhasil memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan melalui kualitas makanan dan kenyamanan tempat.

Gambar 3 Review Pelanggan Kompetitor Lain Dau Malang



Sumber: Google Maps Café Kompetitor (2025)

Ulasan pada gambar tersebut memperlihatkan bahwa pesaing Café Qita mendapatkan penilaian yang relatif lebih rendah dari pelanggannya. Walaupun ada tanggapan positif terkait minuman seperti taro dan kopi dengan harga yang cukup terjangkau, pelanggan tetap menyampaikan keluhan mengenai kualitas makanan yang dinilai keras serta harga yang tidak sebanding dengan mutu. Hal ini berbeda dengan ulasan terhadap Café Qita, di mana pelanggan lebih banyak menekankan kenyamanan suasana dan rasa makanan yang memuaskan, meskipun masih terdapat kekurangan kecil pada jaringan wifi. Perbedaan ini menunjukkan bahwa Café Qita mampu memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan, terutama dari sisi kualitas hidangan dan kenyamanan tempat, sehingga secara keseluruhan lebih unggul dibandingkan kompetitornya.

Berdasarkan hasil ulasan pelanggan, tampak adanya perbedaan persepsi antara Café Qita dan pesaingnya. Pada ulasan mengenai Café Qita, pelanggan lebih banyak menyoroti kenyamanan suasana, kesejukan tempat, serta cita rasa menu seperti nasi goreng dan siomay goreng yang dianggap memuaskan. Walaupun terdapat kekurangan pada kualitas jaringan wifi yang dinilai kurang stabil, pelanggan tetap memberikan tanggapan positif dan merekomendasikan Café Qita secara umum. Sebaliknya, pada ulasan pesaing, meskipun minuman seperti taro dan kopi dengan harga terjangkau dinilai cukup baik, terdapat keluhan terkait kualitas makanan yang keras serta harga yang dianggap tidak sebanding dengan mutu yang ditawarkan. Perbandingan ini memperlihatkan bahwa Café Qita memiliki keunggulan

terutama dalam hal kenyamanan tempat dan kualitas hidangan, yang pada akhirnya dapat mendorong terciptanya kepuasan serta loyalitas pelanggan lebih tinggi dibandingkan dengan kompetitornya.

B. Rumusan Masalah

Uraian dari latar belakang yang telah dipaparkan mendapati yakni rumusan permasalahan pada studi berikut yakni berupa:

1. Apakah *Price*, *Store Atmosphere*, dan *Customer service* berpengaruh secara simultan kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang?
2. Apakah *Price* berpengaruh secara parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang?
3. Apakah *Store Atmosphere* berpengaruh secara parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang?
4. Apakah *Customer service* berpengaruh secara parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang?

C. Tujuan Penelitian

Penguraian rumusan masalah berikut, menjadikan adanya temuan atas tujuan penelitian, yakni berupa:

1. Memahami dan menganalisis *Price*, *Store Atmosphere*, dan *Customer service* berpengaruh dengan simultan kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang?

2. Mengetahui dan menganalisis *Price* berpengaruh dengan parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang
3. Memahami dan menganalisis *Store Atmosphere* berpengaruh dengan parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang
4. Mengetahui *Customer service* berpengaruh dengan parsial kepada loyalitas pelanggan pada Cafe Qita Dau Malang

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Praktis
 - a. Memberikan wawasan bagi manajemen Café Qita dalam meningkatkan loyalitas pelanggan
 - b. Temuan studi berikut bermaksud menjadi ulasan akan pemecahan kendala yang terikat akan *pengaruh price, store atmosphere* dan *customer service* kepada loyalitas pelanggan.
2. Manfaat Teoritis
 - a. Studi berikut bisa memperkaya literatur atas keterkaitan dari item berikut pada kerangka bisnis ritel.
 - b. Penelitian ini dapat memperkaya literatur tentang pemasaran dan perilaku pelanggan, khususnya dalam konteks industri Cafe. Dengan menganalisis hubungan antara harga, suasana toko, dan pelayanan pelanggan terhadap loyalitas, studi berikut bisa menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

E. Sistematika Pembahasan

BAB 1: PENDAHULUAN

Bagian ini menguraikan latar belakang penelitian, pertanyaan yang akan dijawab, tujuan yang akan dicapai, kontribusi yang diinginkan, dan garis besar penelitian.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan ini mencakup studi utama dan landasan teoritis dalam literatur (misalnya, buku, jurnal, dan elektronik jurnal), pengembangan hipotesis, dan dasar konseptual studi.

BAB 3: METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian ini dengan jelas mendefinisikan alur dalam pengumpulan serta analisis data, termasuk desain studi, lokasi studi, item serta manipulasinya, pemilihan populasi juga sampel, metode penghimpunan data, serta teknik pnganalisaan data.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pembahasan penelitian dan diskusi ini berisi hal-hal berikut: pertanyaan penelitian, profil studi dan partisipan, penyajian data, analisis dan interpretasi, serta pembahasan temuan penelitian.

BAB 5: PENUTUP

Tinjauan ini menyajikan temuan dalam bentuk ringkasan dan memberikan rekomendasi yang relevan kepada pihak dan organisasi yang berkepentingan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Uraian temuan serta pembahasan, bisa didapati sejumlah kesimpulan yakni, berupa:

1. Price (X_1) berpengaruh positif dan signifikan kepada Loyalitas Pelanggan (Y)

Upaya berikut mendapati akan strategi penetapan harga yang diterapkan oleh Café Qita mampu memengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Harga yang selaras akan mutu produk serta kegunaan yang didapat para pembeli sebagai alasan krusial akan mendorong para pembeli guna tetap memilih Café Qita dibandingkan dengan pesaing lainnya.

2. *Store Atmosphere* (X_2) berpengaruh positif dan signifikan kepada Loyalitas Pelanggan (Y)

Upaya berikut mendapati akan suasana yang diciptakan oleh Café Qita bisa menyajikan pengalaman yang positif kepada pelanggan sehingga mendorong mereka untuk kembali berkunjung. Kenyamanan tempat, tata letak ruangan, pencahayaan, serta suasana yang mendukung aktivitas para pembeli sebagai alasan krusial yang memberikan pola kepada loyalitas pembeli.

3. *Customer Service* (X_3) berpengaruh positif dan signifikan kepada Loyalitas Pelanggan (Y)

Upaya berikut mendapati akan kualitas pelayanan yang diberikan

oleh Café Qita berperan penting dalam membentuk dan meningkatkan loyalitas pembeli. Fasilitas dengan keramahan, cepat, dan responsif mampu memberikan pengalaman yang menyenangkan sehingga pelanggan merasa dihargai dan diperhatikan.

4. Secara simultan, *Price* (X_1), *Store Atmosphere* (X_2), dan *Customer Service* (X_3) berdampak positif signifikan kepada Loyalitas Pelanggan (Y)

Upaya berikut mendapati akan kombinasi atas harga yang selaras, suasana café yang nyaman, serta mutu layanan yang baik punya andil yang krusial atas pemberian pola serta menaikkan loyalitas pelanggan. Ketiga faktor berikut kerap menyelaraskan atas menciptakan pengalaman positif bagi pembeli, menjadikannya ada kepuasan, dihargai, dan terdorong untuk kembali berkunjung serta merekomendasikan Café Qita kepada orang lain.

B. Saran

1. Bagi Café Qita

Disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan konsistensi harga yang selaras akan mutu produk yang diberikan. Penetapan harga yang ekonomis serta seimbang dengan manfaat yang didapati para pembeli terbukti mampu mendorong para pembeli agar mengadakan pembelian ulang dan tetap loyal.

Berdasarkan hasil penelitian, masih terdapat beberapa indikator pada item *Price*, *Store Atmosphere*, *Customer Service*, dan Loyalitas Pelanggan yang punya perhitungan rerata relatif lebih

rendah. Oleh karena itu, Cafe Qita disarankan untuk menyesuaikan harga dengan kualitas produk, meningkatkan kenyamanan dan suasana toko, serta memperbaiki kualitas pelayanan karyawan. Upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga loyalitas pelanggan terhadap Cafe Qita dapat semakin meningkat.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Berdasarkan temuan pengujian koefisien determinasi (R^2) yang mendapati akan loyalitas pelanggan belum sepenuhnya bisa diuraikan atas item *price*, *store atmosphere*, dan *customer service*, menjadikan penulis di kemudian hari dikehendaki agar memperbanyak item lain yang berpotensi memberikan dampak akan loyalitas pelanggan, berupa mutu produk, promosi, citra merek, lokasi, serta item lain yang tak diteliti pada studi berikut.
- b. Studi selanjutnya juga bisa memperluas objek studi, tak cuma terbatas akan satu café, menjadikan hasil penelitian bisa digeneralisasikan secara lebih luas.
- c. Dikehendaki agar mengaplikasikan metode studi yang kian beragam, berupa pendekatan kualitatif bahkan metode campuran (*mixed methods*), supaya mendapati pemahaman yang amat mendalam atas perilaku serta preferensi pelanggan.

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.
- Astantika, N., Othman, L., & Safitri, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Store Atmosphere* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cafe Lantai Dua Coffee dan Resto Siak Sri Indrapura. *eCo-Buss*, 5(3), 1115-1123.
- Berman, B dan J.R. Evans. 2014. *Retail Management* Edisi 12, Alih Bahasa. Oleh Lina Salim. Pearson: Jakarta.
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail management: A strategic approach* (13th ed.). New Jersey: Pearson Education Limited.
- Br PA, M. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan *Store Atmosphere* terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan di *Sixty-Three Coffee* Binjai.
- Bulan, T. P. L., & Sriwulan, T. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan Mitana Café di Kota Langsa. *Jurnal NSPIRASI: Ilmu-ilmu Sosial*, 19(1), 602–610
- Christiana, M. W. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Suasana Tempat, Dan Kewajaran Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Cafe Lestari Corner (Doctoral Dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta)*.
- Fahimah, dkk. (2015). Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It*. Kentucky: McGraw-Hill.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2016). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hollensen, S. (2020). *Global Marketing (8th ed.)*. Pearson Education.
- Kasmir. 2014. *Manajemen Perbankan*. Cetakan ke-12. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

- Krisjayanti, A., & Hermani, A. (2018). Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen pemasaran (edisi ke-15). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kurnia, Endang. 2012. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan *Store Atmosphere* Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta". *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* Vol 2. No. 5 Juni 2016.
- Lejab, A. O. L. (2022). Pengaruh harga, suasana Cafe dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Labore *Black* Surabaya (Doctoral dissertation, STIA Manajemen dan Kepelabuhan Barunawati Surabaya).
- Leon, Suryaputri Dan Kunawangsih (2023) Metodepenelitian Kuantitatif Manajemen, Keuangan, Akuntansi. Jakarta Selatan: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Marsum, W. A. (2005). Restoran dan Segala Permasalahannya. Yogyakarta: Andi Offset.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). *The commitment-trust theory of relationship marketing*. *Journal of Marketing*, 58(3), 20–38.
- Moorman, C., & Rust, R. T. (2022). *The Future of Marketing Strategy*. *Journal of Marketing*, 86(1), 1-20.
- Nurfaizi, M. R., & Prayogo, R. R. (2025). Pengaruh *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada Pelanggan Niscala Coffee. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6419-6429.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Prasetya, S. E. Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Ma'rie Fruit Salad.

- Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, D. S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Pelanggan Ompu *Gende Coffee*. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 1(1), 18-24.
- Rusydi, M. (2017). *Customer Excellence*. Jakarta: Gosyen Publishing.
- Rooroh, C. A., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2020). Pengaruh suasana Cafe , kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Pada Cafe Casa De Wanea Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4).
- Santoso, A. (2022). *Manajemen Bisnis Kuliner*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sari, F. D., Basalamah, M. R., & Ramadhan, T. S. (2023). Pengaruh Suasana Cafe , Lokasi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Chill Cafe Tumpang (Studi Kasus Pada Pelanggan Chill Cafe Tumpang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: Free Press.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach (8th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Sommer, L. (2011). *The Theory of Planned Behavior and the Role of Personal Values: A Critical Review*. *Journal of Business and Management*, 17(1), 91-99.
- Suryana, A. R., Harahap, D. A., & Rohandi, M. M. (2022, August). Pengaruh *Price Discount, Store Atmosphere, Dan Service Quality* Terhadap *Costumer Loyalty* Di Critoe *Coffee* Bandung. In *Bandung Conference Series Business and Management* (Vol. 2, No. 2).
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syafiudin, A. I., Rizal, M., & Athia, I. (2024). Pengaruh cita rasa, suasana Cafe, lokasi, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 830-840.
- Taslulu, M. A., & Haloho, E. (2020). Pengaruh Pertunjukan Musik Dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Café Rilek's Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 5(2), 51-58.

- Utami, Christina Whidya. 2018. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Operaional Bisnis Ritel Modern di Indonesia Edisi 3*. Jakarta: Salemba Emp
- Wardhana, F. A., & Sitohang, F. M. (2021). Pengaruh produk, harga, tempat dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan pada warkop benpadang sidoarjo. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 10(3).
- Wardhani, A. R., Kusnadi, E., & Tulhusnah, L. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel Interveing pada Cafe Azalea di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 807-822.
- Yudana, I. P. O., Saroh, S., & Krisdianto, D. (2024). Pengaruh *Customer Service* Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Perumda Tugu Tirta Jalan Sawojajar B2A Kota Malang. *JLAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 13(1), 197-205.
- Yudhanto, B., Waloejo, H. D., & Farida, N. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Susuku Café Ungaran). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(2), 142-150

