

ABSTRAK

Perkembangan usaha *coffee shop* yang semakin pesat menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin meningkat. Kondisi tersebut membuat setiap *coffee shop* perlu memperhatikan pelayanan dan pengalaman yang diberikan kepada pelanggan. Masalah yang terlihat dalam penelitian ini adalah mengenai tingkat loyalitas pelanggan yang diakibatkan oleh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan (Survei pada Pelanggan Fiksi Coffee) baik secara langsung atau tidak langsung. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel dalam penelitian adalah sebanyak 90 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur (*path analysis*), analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada struktur I terdapat pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 78,8%. Pada struktur II terdapat pengaruh secara langsung antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 30,7%, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 27,7% dan pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan sebesar 33,2%.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The rapid growth of the coffee shop business has led to increasingly intense competition among business operators. This condition requires every coffee shop to pay close attention to the service and experience provided to customers. The problem identified in this study concerns the level of customer loyalty as influenced by service quality and customer satisfaction. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction and its impact on customer loyalty (a survey of Fiksi Coffee customers), both directly and indirectly. The research method used is descriptive and verificative, with a sample size of 90 respondents. Data collection techniques used include observation, interviews, and questionnaire distribution. The data analysis methods employed are path analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing. The results show that in Structure I, service quality has a direct effect on customer satisfaction of 78.8%. In Structure II, service quality has a direct effect on customer loyalty of 30.7%, customer satisfaction has a direct effect on customer loyalty of 27.7%, and service quality has an indirect effect on customer loyalty through customer satisfaction of 33.2%.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty