

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PADA FORE COFFEE

ABSTRACT

This study, titled "Customer Loyalty Analysis at Fore Coffee," aims to analyze the influence of product quality, service quality, and store atmosphere on customer loyalty. The independent variables in this study include product quality (X1), service quality (X2), and store atmosphere (X3), while customer loyalty (Y) serves as the dependent variable. This research employs a quantitative approach using SmartPLS 4 for data analysis. The data were collected from 100 respondents, who are Fore Coffee customers active in South Jakarta. The findings reveal that product quality has a positive and significant effect on customer loyalty, as indicated by a t-statistic greater than the t-table and a p-value below 0.05. On the other hand, service quality does not significantly affect customer loyalty, as the t-statistic is lower than the t-table and the p-value exceeds 0.05. Additionally, store atmosphere has a positive and significant effect on customer loyalty, with statistical results showing a t-statistic above the t-table and a p-value below 0.05. These results suggest that to enhance customer loyalty, Fore Coffee should prioritize improving product quality and store atmosphere, while the service quality aspect requires further evaluation. This study provides strategic recommendations for Fore Coffee's management to sustain and enhance customer loyalty.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Store Atmosphere, Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Fore Coffee" yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan suasana toko terhadap loyalitas pelanggan. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi kualitas produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan suasana toko (X3), sedangkan loyalitas pelanggan (Y) merupakan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis data menggunakan SmartPLS 4. Data diperoleh dari 100 responden yang merupakan pelanggan Fore Coffee yang beraktivitas di Jakarta Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dan nilai p-value di bawah 0,05. Sebaliknya, kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t-hitung yang lebih kecil dari t-tabel dan p-value di atas 0,05. Suasana toko juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan hasil uji statistik yang menunjukkan t-hitung di atas t-tabel dan p-value di bawah 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Fore Coffee perlu memprioritaskan peningkatan kualitas produk dan suasana toko, sementara aspek pelayanan membutuhkan evaluasi lebih lanjut. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis bagi manajemen Fore Coffee dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Suasana Toko, Loyalitas Pelanggan.