#### BAB I

## **PENDAHULUAN**

# 1.1. Latar Belakang

Fakta menunjukkan bahwa industri kuliner restoran dan cafe nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan pertumbuhan sangat tinggi. Hal ini memberikan peluang bagi pelaku bisnis cafe untuk menaikkan performa penjualannya. Di sisi yang lain tingginya kesibukan kerja, kepadatan kota, sekaligus adanya tren masyarakat modern saat ini, menyebabakan cafe sudah menjadi kebutuhan sekaligus gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, para pemilik industri cafe harus mampu memberikan kepuasan yang diinginkan konsumen untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing (Setiadi, 2016: 28).

Adanya tren masyarakat modern saat ini, menyebabkan cafe sudah menjadi kebutuhan sekaligus gaya hidup masyarakat. Oleh karena itu, para pemilik industri cafe harus mampu memberikan nilai yang diinginkan konsumen untuk dapat bersaing. Salah satu hal yang paling penting dalam pemikiran bisnis, konsumen dapat menanggapi lebih dari sekedar produk atau jasa yang ditawarkan ketika membuat keputusan pembelian (Sumarwan, 2014: 31). Konsumen cafe saat ini tidak hanya mencari rasa makanan yang enak, tetapi juga untuk sebuah layanan yang sangat baik dan suasana ruangan makan yang menyenangkan.

Khayangan Rooftop Cafe Pati merupakan salah satu cafe yang menyediakan tempat yang memiliki konsep unik untuk desain restorannya. Jika dilihat berdasarkan jenis dasar cafe, Khayangan Rooftop Cafe Pati termasuk dalam kategori *self service* karena setiap pengunjung yang datang di Khayangan Rooftop

Cafe Pati cafe harus memesan makanan dan minuman di kasir kemudian langsung melakukan pembayaran, lalu duduk di tempat yang telah disediakan sambil menunggu makanan yang telah dipesan sebelumnya.

Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang (Tjiptono, 2016: 17). Loyalitas konsumen sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsunan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah konsumen yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang konsumen kenal.

Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang (Kotler & Keller, 2015: 53). Dalam setiap kegiatan usaha maupun jual-beli, pada dasarnya bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal guna mempertahankan keberadaan usaha di tengah arus persaingan. Perusahaan harus mampu memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat terus bertahan. Hal ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja usaha yang dimilikinya agar dapat bersaing di pasar.

Anoraga (2013: 29) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan umumnya digambarkan terjadi saat pelanggan berulang kali membeli barang atau jasa dari waktu ke waktu dan memiliki sikap yang baik terhadap barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Loyalitas pelanggan penting bagi perusahaan karena imbalan yang diterima bersifat jangka panjang dan kumulatif yang berarti semakin

lama loyalitas seorang pelanggan maka semakin besar pula laba yang dapat diperoleh perusahaan dari pelanggan tersebut (Griffin, 2005). Menarik konsumen untuk melakukan pembelian juga dapat dilakukan dengan cara memberikan kesan suasana ruangan yang menyenangkan bagi konsumen.

Suasana ruangan cafe menjadi hal yang penting bagi pengelola. Hal ini berperan sebagai pembentuk suasana ruangan yang nyaman sesuai dengan keinginan konsumen sehingga ingin berlama-lama berada di dalam Cafe, dan secara tidak langsung akan merangsang konsumen untuk melakukan pembelian produk. Selain itu, bentuk promosi juga sangat mempengaruhi proses penjualan dalam Cafe tersebut. Bagaimana cara Cafe untuk mulai memasarkan produk yang dijualnya. Beberapa faktor tersebut dapat dikolaborasikan sehingga menjadi kekuatan yang penting bagi keberlangsungan hidup dari usahanya (Buchari, 2016: 37).

Konteks kepuasan konsumen pada umumnya adalah harapan yang merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang hal apa saja yang akan diterimanya. Harapan konsumen dibentuk oleh pengalaman pembelian terdahulu, rekomendasi teman, serta janji dari perusahaan tersebut. Pihak pemilik usaha harus mengetahui faktor-faktor yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, baik itu dari performa karakteristik, ciri-ciri, dan keistimewaan, keandalan, spesifikasi, daya tahan, estetika, dan kualitas (Firmansyah, 2019: 10).

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Hasan, 2014: 49). Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja

aktual pelayanan yang terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima).

Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apa bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Lupiyoadi, 2013: 35). Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan.

Kotler (2012: 96) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan atau penilaian emosional dari pelanggan atas penggunaan suatu produk atau jasa dimana harapan dan kebutuhan mereka terpenuhi. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat menciptakan suatu minat bagi pelanggan untuk melakukan pembelian di toko tersebut. Di sisi lain, pelanggan cafe pada umumnya memiliki preferensi dan ekspektasi layanan yang tidak sama karena latar belakang yang berbeda-beda.

Sutisna (2014: 43) menyatakan bahwa kesempatan terbesar untuk memberikan nilai tambah yang berbeda bagi pelanggan berasal dari kualitas pelayanan. Semakin baik dan meningkat kualitas pelayanan akan memberikan

peningkatan kepuasan pelanggan dan selanjutnya diharapkan dapat menjadi pelanggan loyal.

Zulian (2013: 85) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan diartikan perbandingan antara persepsi pelanggan terhadap jasa yang diterima dan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk tersebut baik dan sesuai harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas jika setelah membeli dan menggunakan/memanfaatkan produk tersebut ternyata kualitas produk tersebut baik (Kusdyah, 2014: 64). Dengan kata lain, tingkat kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai hubungan antara harapan dengan fakta kualitas pelayanan yang diterima pelanggan.

Jika kualitas pelayanan lebih rendah dibandingkan dengan harapan, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas atau kecewa. Sebaliknya, jika kualitasnya sesuai atau bahkan melebihi harapan, maka pelanggan tersebut akan merasa senang dan puas. Dalam kaitan pencapaian kepuasan pelanggan secara prima diperlukan pemahaman yang sama terkait penilaian kepuasan pelanggan terhadap kinerja seluruh karyawan baik tingkat pimpinan maupun pelaksana. Diperlukan arahan dan bimbingan secara konsisten dan berkelanjutan oleh pimpinan dan pengelola usaha terhadap aspek kualitas pelayanan, kualitas produk,

dan faktor situasi (yang dicerminkan antara laindari kualitas lingkungan usaha). Ketiga aspek tersebut bukanlah sebagai unsur yang terpisah satu sama lain, melainkan satu kesatuan bersama yang saling melengkapi (Poniman, 2017: 24).

Griffin (2013: 37) menyatakan bahwa aspek kualitas pelayanan, terutama dicerminkan dari sisi kecepatan dankeramahan dalam pelayanan, serta penampilan karyawan yang melayani. Selain faktor manusia, kualitas pelayanan juga bergantung pada dua hal yang lain, yaitu sistem dan teknologi. Namun faktor manusia memberikan kontribusi terbesar yakni sekitar 70% sehingga tidak mengherankan, bahwa kepuasan pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan perilaku baik yang seiring dengan keinginan perusahaan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, pelatihan (meliputi komunikasi yang baik dan kepribadian serta komitmen atas ketepatan waktu layanan) hingga budaya kerja.

Pelanggan yang datang ke sebuah cafe, sebelum melakukan pemesanan hingga menikmati hidangan yang dipesan, pasti memiliki kesan pertama (*first impressions*) atas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan cafe terlebih dahulu, bahkan sebelum duduk dan memesan menu makanan atau minuman yang dikehendaki (Dharmmesta, 2016: 26).

Schiffman dan Kanuk (2014: 63) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen dapat mengenali produk tersebut. Faktor penampilan makanan dan minuman yang disajikan dapat menimbulkan kesan yang membuat pelanggan meningkatkan keinginan menikmati hidangan yang tersaji dengan lebih nikmat. Perlu diperhatikan dan patut dikelola dengan baik juga adalah

faktor standarisasi bahan baku masakan (konsistensi ukuran dan besar kecilnya suatu porsi makanan atau minuman yang disajikan kepada pelanggan), konsistensi citarasa dan penyajian yang memadai dalam sebuah porsi produk termasuk durasi proses pengolahan dan penyajian.

Aspek selanjutnya dalam pelayanan prima kepada pelanggan adalah faktor situasi, merupakan faktor pendukung yang memiliki arti sangat strategis untuk menunjang kelangsungan usaha suatu cafe. Faktor situasi terutama berupa kebersihan dan kenyamanan lingkungan, serta kelengkapan fasilitas yang disediakan (Thamrin, 2015: 97). Pada umumnya pelanggan sangat memperhatikan komponen dimaksud dalam menentukan pilihan bersantap pada cafe tertentu, karena sangat mempengaruhi selera pelanggan khususnya selama waktu bersantap di tempat cafe tersebut.

Pada umumnya pelayanan restoran atau cafe, pelanggan selalu mendapatkan perhatian atau kehormatan dari manajemen restoran atau cafe. Pelanggan sering disebut atau dipandang sebagai raja karena loyalitas pelangganlah yang menentukan kelangsungan usaha dan kemajuan suatu usaha jasa restoran atau cafe. melewati Oleh karena itu, manajemen restoran atau cafe harus dan harus memperlakukan pelanggan dengan cara yang khusus, seperti seorang raja. Jika klien mengirimkan saran dan komentar untuk meningkatkan/meningkatkan lebih banyak layanan Oke, lalu manajemen mengucapkan terima kasih kepada pelanggan. Tanpa adanya pendapat dan saran dari pelanggan, maka manajemen restoran atau cafe tidak dapat mengetahui kelemahan dan kekurangan serta mana yang perlu diperbaiki dalam rangka meningkatkan dan meningkatkan pelayanan

kepada pelanggan, perkembangan dan minat tidak dapat dipisahkan dari kepedulian dan kehati-hatian manajemen yang terus menerus diperbaiki dan ditingkatkan (Assauri, 2017: 64).

Pelanggan adalah sosok yang paling penting dalam sebuah perusahaan yang perlu disyukuri keberadaannya serta dihormati dan dihargai, baik secara langsung maupun tidak langsung (Setiadi, 2013: 7). Tidak jarang pelanggan menuntut lebih atas sesuatu yang diinginkan atau yang akan diterima dibandingkan dengan biaya yang telah dikeluarkan, hal tersebut akan mempengaruhi besar atau kecilnya pendapatan sebuah Cafe.

Khayangan Rooftop Cafe adalah sebuah kedai kopi asli Indonesia. Berdiri sejak tahun 2018, Khayangan Rooftop Cafe bertekad untuk menyajikan kopi terbaik dari berbagai wilayah Indonesia. Melalui proses *roasting* yang tepat, pendistribusian yang cepat, serta pengolahan oleh barista yang terlatih, Khayangan Rooftop Cafe memastikan kesegaran dan kenikmatan kopi yang kamu nikmati. Dengan interior bergaya vintage dan dilengkapi dengan fasilitas Wi-Fi yang cepat, Khayangan Rooftop Cafe merupakan tempat berkumpul yang nyaman bersama teman, keluarga, atau pasangan. Indonesia, kopi masih sering sekali diidentikan dengan rasa pahit, padahal itu tidak sepenuhnya benar.

Khayangan Rooftop Cafe menyajikan berbagai macam keanekaragaman menu dan jenis makanan dan minuman yang terdiri dari kualitas yang terjamin citarasa dibalut dengan sentuhan dan pengalaman dalam memasak. Khayangan Rooftop Cafe memiliki harga yang tergolong murah bagi para pelanggan dengan rasa dan porsi yang disediakan sesuai dengan kantong para pelanggan yang

tergolong murah. Khayangan Rooftop Cafe telah memanjakan banyak pelanggan setia dengan racikan minuman kopi dipadukan dengan kenikmatan makanan dan snack yang disajikan dengan menikmati fasilitas yang disediakan seperti fasilitas internet (wifi), dan juga kebersihan dari cafe sangat terjaga dan ruangan yang tersedia di cafe juga sangat nyaman untuk para pelanggan. Program atau strategi pemasaran mudah di dapatkan oleh pelanggan melalui promosi di media sosial (Instagram, facebook). Selama itu Khayangan Rooftop Cafe terus memberikan segala bentuk pelayanan dan fasilitas terbaik bagi para pelanggan.Berikut adalah data fasilitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe yang tersaji berikut ini:

Tabel 1.1

Penilaian Pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Tahun 2021

No.	Kriteria Penilaian	Prosentase
1	Kecepatan Pelayanan	7 <mark>0%</mark>
2	Keramahan Pelayanan	77%
3	Penampilan Karyawan	80%
4	Rasa Produk	
5	Porsi Produk	70%
6	Pen <mark>am</mark> pilan Produk	73%
7	Kebersihan Lingkungan	80%
8 7	Kenyamanan Lingkungan	80%
9	Kelengkapan Fasilitas	72%
Rata	- rata	74,89 %

Sumber: Khayangan Rooftop Cafe, 2021.

Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa penilaian pelanggan yang puas terhadap Khayangan Rooftop Cafe hanya sekitar 74,89 %. Setelah mencari penyebab dari minimnya pelaggan yang merasa puas, didapatkan beberapa keluhan pelanggan berdasarkan survey yang dilakukan oleh pengelola.

Rendahnya penilaian pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan suasana ruangan dalam Cafe masih membutuhkan beberapa perbaikan.

Tenaga kerja di Khayangan Rooftop Cafe saat ini hanya berjumlah 9 orang yaitu terdiri dari 1 orang owner, 2 orang sebagai barista, 1 orang head bar, 1 orang kasir, 2 orang sebagai chef, dan 2 orang pelayan. Dengan jumlah itu diharapkan dapat melayani semua konsumen dengan baik. Berikut data pencapaian cafe pada saat hari biasa maupun pada saat weekend:

Tabel 1.2

Jumlah Pelanggan dan Waktu Tunggu Pesanan Khayangan Rooftop Cafe

No.	Hari	Jumlah Pelanggan	Waktu tunggu pesanan
1	Senin	152	20 Menit
2	Selasa	124	20 Menit
3	Rabu	87	15 Menit
4	Kamis	74	10 Menit
5	Jumat	131	20 Menit
6	Sabtu	260	30 Menit
7	Minggu	296	40 Menit

Sumber: Khayangan Rooftop Cafe, 2021.

Berdasarkan data yang ada pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa mengukur tingkat kepuasan konsumen sangat dibutuhkan oleh pihak yang terkait dalam hal ini Khayangan Rooftop Cafe tujuannya dapat mengetahui apa saja kelebihan maupun kekurangan dari cafe tersebut agar dapat lebh berkembang dan mendapat keuntungan yang besar. Dalam hal ini tingkat kepuasan konsumen yang diukur adalah waktu tunggu pesanan yang dibandingkan dengan Cafe lainnya, walaupun beberapa karyawan sudah berusaha dengan maksimal beberapa pelanggan merasa pelayanan karyawan masih terlalu lama jika dibandingkan dengan cafe lainnya.

Oleh karena itu harus ada beberapa tindakan yang dilakukan oleh karyawan Khayangan Rooftop Cafe untuk memenuhi kebutuhan orang lain yang tingkat kepuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang lain yang melayani maupun yang dilayani.

Pelanggan yang tidak puas cenderung menjadi pasif atau tidak mengambil tindakan setelah mendapatkan produk. Kemudian, tanda selanjutnya adalah pelanggan mengajukan komplain. Jika keluhan tidak segera ditangani, akan muncul tanda ketiga untuk tindakan lebih lanjut. Dengan kata lain, pengusaha harus menjaga kualitas kinerja agar pelanggan tetap senang. Misal, kelengkapan fasilitas/peralatan, suasana ruangan tempat dan pelayanan waktu bersantap, keragaman (variety) dan citarasa (taste) menu yang tersedia, serta sajian hingga pelayanan yang dilakukan oleh pramusaji. Yang menjadi permasalahan dan perhatian para pengelola atau pemilik usaha cafe, dengan cara apakah pelanggan mendapatkan tingkat kepercayaan yang baik dan sesuai harapan mereka untuk dapat meningkatkan kembali kepuasan dan loyalitas pelanggan (Thamrin dan Tantri, 2015: 41).

Ada perbedaan penelitian (*research gap*) pada penelitian yang dilakukan Hamidah (2019) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, berbeda dengan penelitian Kusumasasti (2017) di mana hasil penelitian ini kualitas layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Winarjo (2017) menunjukkan bahwa suasana ruangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas

pelanggan berbeada dengan penelitian Insan (2017) menunjukkan bahwa suasana ruangan tidak berpengaruh signifikan sehingga dapat disimpulkan tidak ada pengaruh yang diberikan dari suasana ruangan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan Maula (2018) menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan memiliki dampak positif dan signifikan pada kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan penelitian Chrestina (2017) menunjukkan bahwa variabel kepercayaan pelanggan tidak memiliki pengaruh signifikan dengan variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan latar belakang, penelitian baik langsung maupun melalui di mediasi ini akan dilakukan dengan menggunakan beberapa variabel yang telah diuraikan, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul penelitian "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Suasana ruangan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati)".

# 1.2. Ruang Lingkup

Ruang Lingkup pada penelitian ini adalah meliputi:

- 1.2.1. Objek penelitian yaitu pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.2.2. Variabel eksogen yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan suasana ruangan. Sedangkan variabel endogen yaitu loyalitas pelanggan dan variabel mediasi kepuasan pelanggan.
- 1.2.3. Penelitian dilakukan pada bulan Juli tahun 2022 setelah proposal disetujui.

### 1.3. Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi di dalam penelitian ini mengenai variabel yang diteliti antara lain:

- 1. Berdasarkan tabel 1.1 tentang penilaian pelanggan yang puas terhadap Khayangan Rooftop Cafe hanya sekitar 74,89 %. Rendahnya penilaian pelanggan menunjukkan bahwa masalah pada variabel kualitas pelayanan dan suasana ruangan dalam Cafe masih membutuhkan beberapa perbaikan.
- 2. Berdasarkan tabel 1.2 tentang lamanya waktu tunggu pesanan yang dirasakan konsumen jika semakin ramai maka semakin lama, hal itu menunjukkan bahwa masalah pada variabel kepercayaan konsumen semakin rendah jika tidak segera dilakukan perbaikan pelayanan.
- 3. Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2 yang menunjukkan rendahnya kualitas pelayanan dan suasana ruangan akan membuat kepercayaan konsumen juga rendah yang menyebabkan pelangan tidak merasakan kepuasan dan cenderung tidak akan menjadi loyal pada Khayangan Rooftop Cafe.

Berdasarkan uraian latar belakang, permasalahan dan ruang lingkup tersebut maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- 1.3.1.Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?
- 1.3.2. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?
- 1.3.3.Bagaimana pengaruh suasana ruangan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?

- 1.3.4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?
- 1.3.5. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?
- 1.3.6. Bagaimana pengaruh suasana ruangan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati?
- 1.3.7. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan MURIA KUDI Khayangan Rooftop Cafe Pati?

#### 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai peneliti mengenai beberapa variabel yang diteliti sebagai berikut:

- 1.4.1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.4.2. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.4.3. Menganalisis pengaruh suasana ruangan terhadap kepuasan pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.4.4. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.4.5. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.
- 1.4.6. Menganalisis pengaruh suasana ruangan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.

1.4.7. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.

## 1.5. Manfaat Penelitian

#### 1.5.1. Manfaat Praktis

Bagi perusahaan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan secara tepat guna mempertahankan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan suasana ruangan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada pelanggan Khayangan Rooftop Cafe Pati.

# 1.5.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi yang berkaitan dengan pendidikan ataupun referensi dan pengetahuan bagi peneliti yang melakukan pengembangan penelitian selanjutnya. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi masukan studi pengembangan ilmu Manajemen pemasaran berkaitan dengan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan suasana ruangan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening.