

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

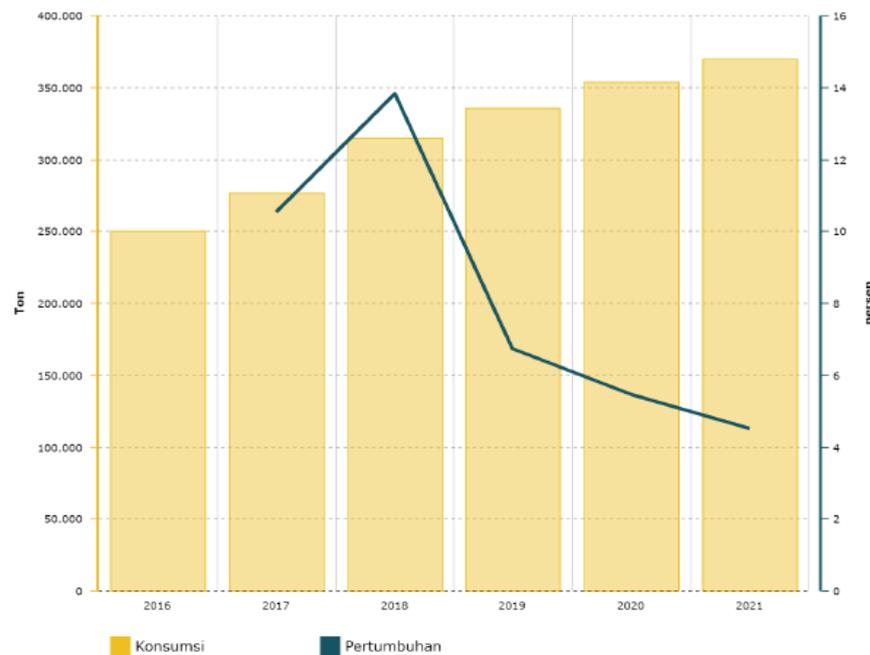
Pada saat ini bisnis di Indonesia mulai berkembang sangat pesat. Perkembangan bisnis yang pesat di Indonesia disebabkan oleh keinginan untuk dapat mandiri, mengatur dan berkreatifitas melalui bisnis yang dikembangkan sesuai dengan passion yang dimiliki, sehingga dapat menghasilkan apa yang mereka inginkan. Perkembangan bisnis yang pesat ditandai dengan banyaknya usaha-usaha yang berdiri, terutama bisnis yang bergerak dalam bidang kuliner. Bisnis bidang kuliner menjadi bisnis yang sangat diminati oleh masyarakat dengan beberapa alasan diantaranya modal untuk mendirikan bisnis di bidang kuliner tidak begitu besar, dengan modal yang kecil kita sudah dapat untuk membuka usaha kuliner, selain itu usaha di bidang kuliner sangat diminati karena konsumennya yang banyak, hal tersebut dapat dilihat dalam kegiatan apa saja pasti tidak bisa lepas dari makanan terutama makanan ringan. Saat sekarang ini, salah satu bisnis kuliner yang mulai banyak berdiri adalah kedai kopi atau *coffee shop*. Kedai kopi atau *coffee shop* merupakan bisnis kuliner yang menyediakan minuman berbahan baku kopi sebagai menu utamanya, kedai kopi juga menyediakan menu lainnya untuk pendamping menikmati kopi. Selain menyediakan kopi sebagai menu utama kedai kopi juga menyediakan tempat yang nyaman. Kedai kopi dapat ditemukan tidak hanya di kota-kota besar, sekarang di Kota kecil, bahkan di berbagai tempat dapat dengan mudah kita temui kedai kopi.

Banyaknya kedai kopi yang berdiri disebabkan oleh meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia, menurut Sudarto (2017:1) dalam tingkatan konsumsi kopi, Indonesia menempati urutan ketujuh dari negara-negara lain sebagai pengonsumsi kopi. Meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia dipengaruhi oleh meningkatnya keinginan konsumen dalam menikmati kopi racikan yang original atau menikmati kopi dengan berbagai inovasi rasa yang bermacam-macam seperti cappucino, moccacino, vietnam drip, americano dan sebagainya.

Meningkatnya kedai kopi dan konsumsi kopi juga disebabkan karena perubahan gaya hidup dan budaya di kalangan masyarakat terutama kaum milenial yang datang ke kedai kopi, mereka menikmati kopi tidak hanya untuk menghilangkan kantuk namun juga untuk menghabiskan waktu luang, mengerjakan tugas, pekerjaan kantor, *meeting* dan lain sebagainya. Gaya hidup menurut meningkatnya budaya tersebut menjadikan bisnis kedai kopi diminati dan dapat berkembang pesat.

Berdasarkan data kementerian pertanian Indonesia konsumsi kopi pada tahun 2016 mencapai peningkatan sebesar 250 ribu ton konsumsi sedangkan pada tahun 2017 konsumsi kopi tumbuh sekitar 10,54 sehingga konsumsi kopi meningkat, pada tahun 2017 meningkat mencapai 276 ribu ton kopi. Setiap tahun konsumsi kopi mengalami peningkatan, sepanjang tahun 2016 sampai 2021 diprediksi rata-rata pertumbuhan 8,22% pertahun. pada tahun 2021 konsumsi kopi mencapai 370 ribu ton.

Gambar 1. 1



Data Konsumsi Kopi

Sumber : Databoks.kataData.co.id (2021)

Dilansir dari situs VOI.id menyatakan bahwa dengan peningkatan konsumsi kopi di Indonesia, bisnis kedai kopi semakin tumbuh dan dapat dengan mudah ditemui. Hal tersebut terlihat dari meningkatnya secara signifikan jumlah kedai kopi di Indonesia dalam tiga tahun terakhir. Hasil riset TOFFIN jumlah kedai kopi di Indonesia menunjukkan peningkatan, dilihat dari tahun 2016 menuju 2019 yang mengalami lonjakan hampir tiga kali lipat dengan jumlah kedai 2.950, angka riil dapat lebih besar dari sensus kedai kopi hasil riset TOFFIN.

Dengan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia, kedai-kedai kopi menjadi tempat favorit yang dipilih untuk sekedar menikmati kopi atau menghabiskan waktu luang, hal tersebut berdampak pada meningkatnya kedai-

kedai kopi di Indonesia terutama di Kudus dan sekitarnya. Di Kudus kedai kopi sudah dapat dengan mudah kita temui, salah satu kedai kopi yang ada di Kudus adalah Belikopi, Belikopi merupakan sebuah merek kopi lokal asli Indonesia yang memiliki 74 outlet yang berada di seluruh Indonesia, Belikopi adalah kedai yang tidak hanya menjual minuman kopi namun juga menjual minuman nonkopi.

Dengan berdirinya kedai-kedai kopi di Kudus menjadikan tantangan tersendiri untuk Belikopi agar supaya dapat mempertahankan *brand* yang telah dimilikinya agar dapat bersaing dengan *brand* kopi lainnya. Persaingan yang semakin ketat seperti sekarang ini pasti setiap kedai ingin memenangkan persaingan dan mempertahankan konsumennya dengan beberapa kedai kopi lainnya, supaya konsumen tidak berpaling ke kedai kopi lain. Salah satu upaya untuk mempertahankan konsumen supaya tidak berpaling ke kedai lain dan mendapatkan hati konsumen agar tetap setia adalah dengan meningkatkan atau menciptakan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting dalam suatu bisnis. Menurut Indrasari (2019:82) konsumen yang merasakan kepuasan terhadap produk atau jasa pelayanan, konsumen akan melakukan pembelian kembali produk yang pernah dipakai ataupun dapat menggunakan jasa yang pernah digunakan saat mereka butuhkan di kemudian hari jika kebutuhan dan keinginan mereka muncul. Hal tersebut berarti kepuasan konsumen menjadi faktor dalam meningkatkan penjualan dan kelayaitasan pelanggan dengan membeli atau menggunakan secara berulang setelah konsumen menikmati produk atau jasa.

Sekarang ini kepuasan konsumen sering diabaikan, Belikopi harus dapat memberikan pelayanan yang baik supaya konsumen merasakan kepuasan setelah pertama membeli di Belikopi, apabila dalam kesan pertama konsumen merasakan kepuasan maka konsumen akan datang kembali ke kedai untuk menikmati kopi, oleh karena itu kepuasan konsumen adalah suatu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan oleh Belikopi Kudus. Fenomena lapangan yang ada di Belikopi antara lain

Tabel 1. 1
Loyalitas Pelanggan

NO	Nama Konsumen	Review Konsumen
1.	Ajidifa Saputra.	Pelayanan buruk, <i>not recommended</i>
2.	Ryan Adi Tia Ardi	Sangat mengecewakan sekali pelayanannya, sudah 2 kali datang kesana dan ditolak semua karena pergantian <i>shift</i> . baru kali ini ada <i>brand</i> yang menolak <i>customer</i> dengan tidak sopan, apalagi <i>brand</i> terkenal, mohon untuk lebih di perbaiki lagi pelayanannya, tidak <i>recommend</i> sekali.
3.	Abdull H	Tempatnya kurang bersih dan penuh dengan barang barang yang seharusnya di gudang, musiknya keras banget, pelayannya juga ngomongnya keras banget, baru 30 menit di dalam sampe pusing kepala, tidak nyaman banget pokonya, tidak rekomen juga buat makan di tempat.

Sumber : Belikopi Review (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 konsumen Belikopi Kudus merasakan pelayanan yang buruk saat membeli di Belikopi. Pelayanan yang buruk mengakibatkan konsumen merasakan kekecewaan, hal tersebut berdampak pada konsumen yang tidak loyal terhadap Belikopi yang ditandai dengan konsumen tidak merekomendasikan Belikopi kepada orang lain.

Tabel 1. 2
Kepuasan Konsumen

NO	Nama Konsumen	Review Konsumen
1.	Agni Aska Arifiah	Sudah lama antri tahunya ditutup karena penuh. Tahu begitu tolong diberi informasi. Sampe anakku kecewa
2.	Domas Jaluardi	Kecewa. Tolong pelayanan diperbaiki, karyawan kurang baik yang bagian kasir untuk Hari Rabu Tanggal 08-12-2021 Jam 15.00. Apakah tidak ada <i>training</i> cara pelayanan yang baik dan benar?
3.	Andi Rahmanto	Pernah beli pas aplusan karyawan, nunggu sampai 30 menit tidak dilayani, akhirnya kecewa tidak jadi beli, mengecewakan karyawannya tidak cekatan

Sumber : Belikopi *Review* (2022)

Loyalitas pelanggan mempunyai kaitan dengan kepuasan konsumen. apabila konsumen merasa puas maka konsumen akan loyal terhadap produk tersebut. Berdasarkan tabel 1.2 bahwa terdapat konsumen yang merasakan kurang puas, ketidakpuasan tersebut disebabkan pelayanan yang kurang cekatan, hal tersebut membuat konsumen merasa kecewa atas pelayanan karyawan Belikopi, karena konsumen sudah memesan namun selama 30 menit tapi konsumen belum

juga dilayani, sehingga membuat konsumen tidak jadi beli, selain itu konsumen juga merasa kecewa terhadap pelayanan karyawan yang kurang baik.

Tabel 1. 3
Kualitas Pelayanan

NO	Nama Konsumen	Review Konsumen
1.	Silo Susilo	Nunggunya lama, pelayanan kurang ramah.
2.	And then	Sudah 2 kali ditolak order gara-gara pergantian shift terlalu lama, disuruh menunggu setengah jam.
3.	Neuveul	Pelayanan tidak ramah dan terkesan jutek
4.	Alvino Cristovan	Pelayanan cukup lama, sekitar 10 menit. Belum ada gelas takaran, sehingga karyawan cukup lama dalam mengerjakan sebuah kopi susu.
5	Rehan Nur	Pelayannya tidak sopan, kelihatan kalau lagi ngomongin customer di dalam ruangan.
6.	Leonardus Ade	Kasirnya tidak memberi penjelasan dengan jelas

Sumber : Belikopi *Review* (2022)

Terdapat masalah kualitas pelayanan di Belikopi Kudus, berdasarkan *review* pada tabel 1.3, konsumen menyatakan bahwa konsumen harus menunggu lama pesannya, hal tersebut dikarenakan kurang cepatnya pelayanan yang diberikan, berdasarkan *review* bahwa karyawan Belikopi kurang ramah dan tidak sopan serta

karyawan kurang bisa berkomunikasi dengan baik kepada konsumen dalam melayani.

Tabel 1. 4
Lingkungan Fisik

NO	Nama Konsumen	Review Konsumen
1.	Diana	Makannya enak. Tapi pelayanan kasir kurang ramah, judes. Tempat belum layak pake dipaksa buka, kurang Bersih.
2.	Abdullah	Tempatnya kurang bersih dan penuh dengan barang barang yang seharusnya di gudang, musiknya keras banget terus juga pelayannya juga ngomongnya keras banget, baru 30 menit di dalam sampe pusing kepala, ga nyaman banget pokonya, tidak rekomen juga buat makan ditempat
3.	Anshori	Sempit, tidak cocok untuk minum rame-rame. Ditambah lagi ada wc di dalam yang menjadikan tidak nyaman duduk di bagian belakang, Untuk makanan dan minumannya enak, Dilihat dari tempatnya yg sempit kemungkinan diprioritaskan untuk bungkus
4.	Dina Arina	Tempatnya menurut saya kurang bersih, dengan 4 personil dan <i>low traffic</i> konsumen pada saat saya disitu seharusnya bisa berbagi tugas ada yang membersihkan lantai kotor atau meja bekas pembeli
5	Ahmad Wafa	Lokasi dekat alun-alun Kudus, di dalam sempit, hanya ada 3-4 kursi. Outdoor ada sekitaran 4 kursi

Sumber : Belikopi *Review* (2022)

Berdasarkan tabel 1.4 konsumen merasakan tidak nyaman saat berada di Belikopi, hal tersebut dikarenakan tempat yang kurang bersih dan ruangan dipenuhi dengan barang-barang yang seharusnya berada di gudang penyimpanan, selain itu musik di Belikopi sangat keras sehingga membuat konsumen kurang nyaman saat berada di Belikopi, toilet yang berada di dekat tempat duduk pengunjung serta tempat yang tidak luas juga membuat konsumen tidak nyaman.

Tabel 1. 5
Citra Merek

No.	Nama Kedai	Alamat
1.	Kopi Janji Jiwa Sunan Muria	Jl. Sunan Muria No.42, Glantengan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus.
2.	Kopi Janji Jiwa Kudus Jepar	Jl. Raya Jepar No.412, Mijen, Purwosari, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus.
3.	Kopi Janji Jiwa Kudus Extension Mall	Jl. Dr. Lukmono Hadi No.1, Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kabupaten Kudus.
4.	Kopi Janji Jiwa Kudus UMK	Jl. Lkr. Utara No.17, Gondangmanis, Kec. Bae, Kabupaten Kudus
5.	Kopi Janji Jiwa Kudus R. Agil Kusumadya	Jl. AKBP Agil Kusumadya No.90b. Jati Kulon, Kec. Jati, Kabupaten Kudus.
6.	Kopi Janji Jiwa Kudus City Walk	Jl. AKBP Agil Kusumadya, Tanggulangin, Jati Wetan, Kec. Jati, Kabupaten Kudus
7.	Kopi Lain Hati	Jl. Simpang Tujuh, Barongan, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus.
8.	Kopi Dari Hati	Jl. Lkr. Utara Umk No.10, Gondangmanis, Kec. Bae, Kabupaten Kudus.
9.	Kopi Kulo	Kudus, Demaan, Kota Kudus.

Sumber: Preliminary (2022)

Selain Kedai Belikopi di Kudus terdapat beberapa kedai kopi yang menjadi pesaing dari Kedai Belikopi terdapat 4 merek dengan 9 kedai kopi terkenal di Kudus. Berdasarkan hal tersebut akan membuat persaingan yang ketat apabila tidak diimbangi dengan memberikan pelayanan atau *branding* yang baik.

Research gap pada penelitian ini adalah menurut Wijaya (2017) berdasarkan hasil penelitiannya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut berbeda dengan hasil penelitian Sartien. et al (2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hal serupa juga terdapat dalam penelitian Gunardi (2019) bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Menurut Shartykarini (2016) dari hasil penelitiannya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil yang berbeda terdapat dalam penelitian menurut Triana (2017) bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan namun tidak signifikan.

Menurut Gunardi & Erdiansyah (2019) dari hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra merek berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, hasil yang serupa terdapat dalam hasil penelitian Kurniawati. et al (2019) menurut hasil dari penelitiannya menunjukkan hasil bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil yang berbeda menurut Setyowati & Wiyadi (2016) dalam penelitiannya citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Hartanto & Andriani (2019) lingkungan fisik mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Shin & Liu Yu (2020) dalam penelitiannya lingkungan fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Shin & Liu Yu (2020) lingkungan fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Tarigan, et.al (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lingkungan fisik tidak memediasi lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Majid, et al (2018) citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas. Menurut Setyowati & Wiyadi (2016) dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keloyalitan pelanggan. Sedangkan hasil yang berbeda menurut penelitian Hamidah, et al (2019) bahwa citra merek tidak berpengaruh langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan.

Menurut Trianah (2017) kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan namun tidak signifikan. Sedangkan hasil sebaliknya dalam penelitian Molle et.al (2019) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan dalam latar belakang menjadi penting untuk dianalisis sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lingkungan Fisik Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Konsumen kedai Belikopi Kudus”

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

- a. Objek penelitian ini adalah konsumen Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
- b. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan citra merek sebagai variabel independen. Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen atau variabel terikat.
- c. Responden dalam penelitian ini merupakan pembeli atau konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.

1.3 Rumusan Masalah

Terdapat beberapa masalah yang terjadi di Kedai Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus yaitu:

1. Konsumen tidak merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli ke Belikopi karena pelayanannya yang buruk (*Review* Belkopi, Agustus 2022).
2. Konsumen tidak puas yang disebabkan karena konsumen sudah memesan namun selama 30 menit tapi konsumen belum juga dilayani, sehingga membuat konsumen tidak jadi beli. Karyawan yang kurang cepat dan kurang responsif dalam melayani pelanggan (*Review* Belkopi, Agustus 2022).

3. Pelayanan yang kurang cepat serta karyawan yang tidak ramah dan karyawan kurang dapat memberikan penjelasan yang baik terhadap konsumen (*Review Belkopi*, Agustus 2022).
4. Konsumen merasakan tidak nyaman saat berada di Belikopi, karena tempat yang kurang bersih, ruangan dipenuhi dengan barang-barang dan musik di Belikopi sangat keras, selain itu konsumen tidak nyaman dengan toilet yang berada di dekat area pengunjung (*Review Belkopi*, Agustus 2022).
5. Terdapat 4 merek dengan 9 kedai kopi terkenal di Kudus. Berdasarkan hal tersebut akan membuat persaingan yang ketat apabila tidak diimbangi dengan memberikan pelayanan atau branding yang baik (*Review Belkopi*, Agustus 2022).

Berdasarkan uraian masalah tersebut maka muncul pertanyaan peneliti sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
2. Apakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?

5. Apakah lingkungan fisik berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
6. Apakah citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
7. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
8. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
9. Apakah lingkungan fisik berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?
10. Apakah citra merek berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah, penelitian ini mempunyai beberapa tujuan penelitian antara lain:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan fisik terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
5. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
6. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
7. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
8. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.

9. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung lingkungan fisik terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.
10. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen di Kedai Belikopi Jalan Jendral Ahmad Yani Nomor 79 Kudus.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah

1. Manfaat teoritis

Memberikan wawasan yang luas untuk peneliti dalam memahami dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.

2. Manfaat praktis

- a. Untuk akademisi

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan, pemahaman dan pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai referensi pengetahuan dan untuk bahan kajian bagi pembaca tentang masalah yang berkaitan dengan kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan.

- b. Bagi pemilik kedai

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan masukan kepada pihak pemilik kedai dalam melakukan dan merancang strategi agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen

dengan menggunakan serta meningkatkan kualitas pelayanan, lingkungan fisik dan citra merek yang tepat.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi atau bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya.

