

**PENGARUH SUASANA KAFE, KUALITAS PELAYANAN DAN KEANEKARAGAMAN  
PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN  
DI BROWNICE BEVERAGE AND PASTRY**

*EFFECT OF STORE ATMOSPHERE, SERVICE QUALITY AND PRODUCT DIVERSITY ON  
CONSUMER LOYALTY IN BROWNICE BEVERAGE AND PASRTY*

Oleh:

**Jissi Majesti Vanda Mandei<sup>1</sup>**

**James D. D. Massie<sup>2</sup>**

**Djurwati Soepono<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

Email:

<sup>1</sup>[vandamandei@gmail.com](mailto:vandamandei@gmail.com)

<sup>2</sup>[jamesmassie@unsrat.ac.id](mailto:jamesmassie@unsrat.ac.id)

<sup>3</sup>[djurwatisoepono@gmail.com](mailto:djurwatisoepono@gmail.com)

**Abstrak:** Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya strategi pemasaran yang dapat membuat usahanya tetap berkembang. Supaya berhasil, perusahaan harus melakukan tugasnya melebihi pesaing dalam memuaskan konsumen sasaran agar menjadi loyalk kepada mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh suasana kafe, kualitas pelayanan, dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif dengan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 100 responden dan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data statistik menggunakan analisis regresi linear berganda, uji hipotesis menggunakan uji F dan T. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1. Secara simultan suasana kafe, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*. 2. Secara parsial suasana kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsuen di *Brownice Beverage and Pastry*. 3. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*. 4. Secara parsial keanekaragaman produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*.

**Kata kunci:** Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan, Keanekaragaman Produk, Loyalitas Konsumen

**Abstract:** Wider competition must have a marketing strategy that can keep the business growing. To be successful, companies must perform tasks that exceed the target in satisfying consumers in order to be shaky for them. The purpose of this study was to determine the effect of store atmosphere, service quality, and product variations on consumer loyalty at *Brownice. Drinks and Cookies*. This research is an associative research with quantitative methods with the participation of 100 respondents and uses *purposive sampling technique*. Data collection using a questionnaire. Statistical data analysis using multiple linear regression analysis, hypothesis testing using F and T test. The results of the study prove that, 1. Simultaneously the store atmosphere, service quality and product contribution have a positive and significant effect on consumer loyalty in *Brownice Beverage and Pastry*. 2. The atmosphere of the partial shop positively and significantly affects the loyalty of the consumers in *Brownice Beverage and Pastry*. 3. Partially, service quality is positively and significantly oriented towards customers at *Brownice Beverage and Pastry*. 4. Partially positive but not significant product contribution to consumer loyalty in *Brownice Beverage and Pastries*.

**Keywords:** Store Atmosphere, Service Quality, Product Diversity, Consumer Loyalty

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dalam dunia bisnis perubahan sistem seperti sistem dalam perdagangan, pemasaran, cara bertransaksi, dan penyampaian informasi akan berubah. Salah satu potensi ekonomi yang terus bermunculan adalah dari UMKM atau usaha mikro kecil menengah. Jenis bisnis tersebut merupakan salah satu yang sedang berkembang pesat saat ini dan memiliki potensi jika di kelolah dengan baik. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari jenis usaha tersebut, namun tidak sedikit pula pelaku yang gulung tikar alias bangkrut karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat. Artinya keberhasilan sebuah bisnis dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Hubungan baik akan tercipta bila sebuah pelaku usaha mampu memberikan kepuasan terhadap kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen.

Dalam mempertahankan loyalitas konsumen suatu tempat usaha harus memberikan *atmosphere* yang menyenangkan bagi kosumen pada saat di dalam toko, karena konsumen yang merasa senang diharapkan akan melakukan pembelian kembali. Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Untuk mempertahankan loyalitas konsumen terhadap suatu bisnis, butuh kualitas pelayanan yang baik agar membuat konsumen nyaman berada di dalam suatu kafe atau tempat bisnis tersebut. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Peran dari *service quality* bukan hanya untuk mempertahankan konsumen dalam pelayanan tetapi juga dapat menarik konsumen.

Melihat fenomena yang terjadi, pelaku bisnis kini memilih strategi pemasaran dengan memanfaatkan variasi dalam produk yang di tawarkan. Keanekaragaman produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalam luas dan kualitas produk yang ditawarkan, juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Tuntutan kebutuhan konsumen akan mutu dan keragaman produk yang tinggi, harga terjangkau dan pelayanan yang baik, menuntut para produsen dan pemasar berlomba memberikan nilai lebih pada produknya. Loyalitas konsumen dalam sebuah bisnis dapat di lihat dengan adanya beberapa faktor, antaranya adalah *store atmosphere*, *service quality* dan keanekaragaman produk. Ketersediaan macam-macam varian yang di tawarkan pebisnis untuk konsumen merupakan salah satu cara agar konsumen menjadi tertarik dan menjadi loyal.

*Brownice beverage and pastry* merupakan salah satu bisnis yang menjual berbagai varian minuman mulai dari non *coffee*, *coffee*, *tea*, dan juga makanan. *Brownice beverage and pastry* sendiri menjadi salah satu *cafe* yang menjadi tepat nongkrong mahasiswa karena mempunyai lokasi di daerah kampus. Tak sedikit juga konsumen dari luar yang membeli dengan menggunakan aplikasi Gojek dan Grab. *Brownice beverage and pastry* juga telah menggunakan *media social*, mereka mempunyai *instargram* untuk mempromosikan produk makanan dan minuman mereka.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui suasana kafe, kualitas pelayanan dan keanekaragaman produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di *Brownice beverage and pastry*
2. Untuk mengetahui suasana kafe berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di *Brownice beverage and pastry*
3. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di *Brownice beverage and pastry*
4. Untuk mengetahui keanekaragaman produk berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen di *Brownice beverage and pastry*

## TINJAUAN PUSTAKA

### Suasana Kafe

Gilbert dalam Dessyana (2013:846) mendefinisikan Suasana kafe merupakan kombinasi dari pesan secara fisik yang telah direncanakan, Suasana kafe dapat digambarkan sebagai perubahan terhadap perencanaan lingkungan pembelian yang menghasilkan efek emosional khusus yang dapat menyebabkan pelanggan melakukan tindakan pembelian.

### Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005) *service quality* adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

### Keanekaragaman Produk

Kotler dan Keller (2009:15) mengatakan keragaman produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk dijual oleh penjual tertentu. Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh para pengusaha bisnis. Keragaman produk yang baik membuat perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian.

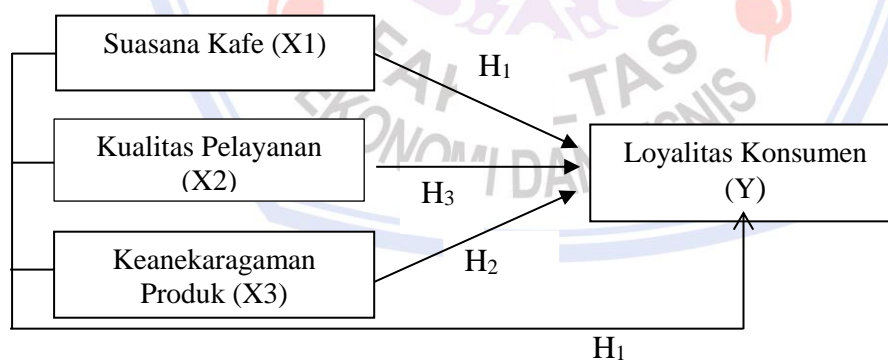
### Penelitian Terdahulu

Rorimpandey, Sepang dan Arie (2017) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh *store atmosphere* dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di Black cup café coffee & roaster. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk terhadap loyalitas konsumen di Black Cup Coffee & Roastery. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. *Store Atmosphere* berpengaruh positif dengan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Keanekaragaman Produk berpengaruh positif dengan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kolonio dan Soepono (2019) melakukan penelitian tentang Pengaruh *service quality, trust* dan *consumer satisfaction* terhadap *consumer loyalty* pada CV Sarana Marine Fiberglass. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *Service Quality, Trust* dan *Consumer Satisfaction* secara parsial dan simultan terhadap *Consumer Loyalty*. Hasil penelitian dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan serta pendalaman ilmu pengetahuan manajemen pemasaran khususnya *Consumer Loyalty* pada CV. Sarana Marine Fiberglass.

Bulan, Rizal dan Widiyanti (2019) Melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada tokoh makmur swalayan di kota langsa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *store atmosphere* terhadap *impulse buying* pada Toko Makmur Swalayan di Kota Langsa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) menjelaskan kualitas pelayanan dan *store atmosphere* mempengaruhi *impulse buying* pada Toko Makmur Swalayan di Kota Langsa sebesar 29,7%, sedangkan sisanya 70,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

### Kerangka Pemikiran



**Gambar 1. Kerangka Pemikiran**

Sumber: data Olahan 2020

### Hipotesis

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran penelitian, maka dirumuskan hipotesis penelitian, sebagai berikut:

H1: Suasana Kafe diduga berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen

H2: Kualitas Pelayanan diduga berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen

H3: Keanekaragaman Produk diduga berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Konsumen



H4: Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan, Keanekaragaman Produk diduga berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Konsumen

### Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012: 7).

### Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di *Brownice Beverage and Pastry*

### Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen *Brownice Beverage and Pastry* berjumlah 1.965 orang. Penarikan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Rumus pengambilan sampel menggunakan asumsi sovlin bahwa populasi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini jumlah sampel sebanyak 100 responden.

### Metode Analisis

#### Uji Validitas dan Reabilitas

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas yang digunakan adalah dengan melakukan korelasi *bivariate* antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk.

##### 2. Uji Reabilitas

Ghozali (2011:47) mengatakan yang dimaksud dengan reliabilitas adalah suatu angka yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur objek yang sama. Pengujian dapat menggunakan metode *Alfa cronbach*, dengan cerita *Alfa cronbach* dari masing-masing variabel lebih dari 0.6 maka alat ukur dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Penelitian ini untuk mengelolah data dari hasil penelitian ini dengan menggunakan analisis kuantitatif. Analisis menggunakan program SPSS. Analisis data dilakukan dengan bantuan metode regresi lineer berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linier berganda, akan dilaksanakan terlebih dahulu uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multi kolinearitas, dan uji heterokedasitas.

### Uji Hipotesis Penelitian

#### Uji F

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas, dengan cara yaitu membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 sebagai berikut:

- Jika  $f_{hitung}(\text{sig}) \leq 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $f_{hitung}(\text{sig}) > 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### Uji T

Digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Berdasarkan kuisisioner yang telah dibagikan maka didapat karakteristik responden sebagai berikut: mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin pria sebanyak 37%, wanita sebanyak 63%, Usia 17-22 tahun sebanyak 75%, dan jumlah mahasiswa sebanyak 78%.

**Hasil Uji Validitas dan Reabilitas**

Semua variabel dalam penelitian ini valid dengan nilai validitas lebih tinggi dari preason correlation minimum yaitu 0,3. Dan berdasarkan hasil uji statistik, seluruh variabel sesuai dengan nilai reabilitas yang lebih tinggi daripada nilai rabilitas minimal cronbach's alpha (>0,6).

**Tabel 1. Uji Validitas dan Reabilitas**

Variabel	Indikator	Korelasi		Koefisien	
		R	Status	Alpha	Status
		hitung		cronbach	
Suasana Kafe (X1)	X1.1	883	VALID	0.906	RELIABEL
	X1.2	888	VALID		
	X1.3	885	VALID		
	X1.4	873	VALID		
	X1.5	729	VALID		
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	850	VALID	0.838	RELIABEL
	X2.2	818	VALID		
	X2.3	885	VALID		
	X2.4	750	VALID		
	X2.5	599	VALID		
Keanekaragaman Produk (X3)	X3.1	808	VALID	0.892	RELIABEL
	X3.2	774	VALID		
	X3.3	742	VALID		
	X3.4	679	VALID		
	X3.5	535	VALID		
Loyalitas Konsumen (Y)	Y.1	880	VALID	0.821	RELIABEL
	Y.2	889	VALID		
	Y.3	846	VALID		
	Y.4	874	VALID		
	Y.5	882	VALID		

Sumber: Hasil olahan data 2020

**Uji Multikolinearitas**

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

**Table 2. Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1		
(constant)	0,432	2,314
Suasana Kafe	0,542	1,847
Kualitas Pelayanan	0,519	1,929
Keanekaragaman Produk		

a. Dependen Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Olahan Data SPSS

Diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = -0.386 + 0,471 X_1 + 0,457 X_2 + 0,131 X_3$$

1. Konstanta sebesar -0.386 artinya jika Suasana Kafe ( $X_1$ ), Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ), Keanekaragaman Produk ( $X_3$ ), bernilai nol (0), maka nilai variabel dependen Loyalitas Konsumen (Y) di *Brownice Beverage and Pastry* adalah sebesar -0.386
2. Nilai koefisien Suasana Kafe ( $X_1$ ) memberikan nilai positif sebesar 0,471 artinya mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y).
3. Nilai koefisien Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memberikan nilai positif sebesar 0.457 artinya mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y).
4. Nilai koefisien Keanekaragaman Produk ( $X_3$ ) memberikan nilai positif sebesar 0,131 yang artinya mempunyai pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen (Y).

### Uji Hipotesis

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara bersama variabel Suasana Kafe, Kualitas pelayanan dan Keanekaragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen pada *Café Brownice Beverage and Pastry*, dengan menggunakan uji hipotesis. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan F.

**Tabel 3. Uji – F (Simultan)**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1062.423	3	354.141	103.979	.000 <sup>b</sup>
	Residual	326.967	96	3.506		
	Total	1389.390	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Olahan SPSS

Terlihat nilai F hitung sebesar 103.979 dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Sedangkan  $F_{tabel} = 2,70$ , Sehingga  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $103.979 < 2,70$ ) dengan menggunakan batas signifikansi sebesar 0,05. Hal ini berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keanekaragaman Produk) secara Bersama-sama terhadap variabel Loyalitas Konsumen.

### Uji - t

Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keanekaragaman Produk terhadap *Café Brownice Beverage and Pastry*. Uji T dapat dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%).

**Tabel 4. Uji – t (Parsial)**

	Model	T	Sig.
(Constant)		-283	.778
Total.X1 Suasana Kafe		5.942	.000
Total.X2 Kualitas Pelayanan		6.086	.000
Total.X3 Keanekaragaman Produk		1.896	.061

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS

Berdasarkan hasil uji t diperoleh:

1. Pada tabel diatas nilai signifikan Suasana Kafe di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.942 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga hipotesis penelitian ini di terima. Nilai koefisien regresi Suasana Kafe memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai  $sig < \alpha$ , ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan “Suasana Kafe” diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen ” **diterima**.



2. Pada tabel diatas nilai signifikan “Kualitas Pelayanan” di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.086 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  sehingga hipotesis penelitian ini di terima. Nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 atau nilai  $sig < \alpha$ , ini berarti hipotesis penelitian yang menyatakan “Kualitas Pelayanan” diduga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen ” **diterima**.
3. Pada tabel diatas nilai signifikan Keanekaragaman Produk di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6.086 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$  sehingga hipotesis penelitian ini di tolak. Nilai koefisien regresi Keanekaragaman Produk memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,061 nilai ini lebih besar dari 0,05 atau nilai  $sig > \alpha$  berarti hipotesis penelitian yang menyatakan “Keanekaragaman Produk” diduga berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen“ **ditolak**.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel. 5. Koefisien Korelasi Dan Koefisien Determinasi**

Model summary <sup>a</sup>				
Model	R	R square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 <sup>a</sup>	.765	.757	1.845

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Hasil Olahan (2020)

### 1. Koefisien Korelasi (R)

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yaitu R menghasilkan nilai 0,874 atau 87,4 % Yang artinya keempat variabel memiliki hubungan yang cukup kuat dengan Loyalitas Konsumen.

### 2. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Berdasarkan tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yaitu R square menghasilkan nilai 0,765 atau 76,5 %. Artinya bahwa pengaruh semua variabel independent terhadap Loyalitas Konsumen sebesar 76,5 %, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar variabel yang ada dalam penelitian ini yaitu sebesar 23,5 %.

## Pembahasan

### Pengaruh Suasana Kafe terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Suasana Kafe (X1) signifikansi  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$  atau Suasana Kafe (X1) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hal ini sama dengan penelitian dari Florencia Sari Irena Listiono dan Drs. Sugiono Sugiarto (2015) bahwa Suasana Kafe berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Kafe sangat berpengaruh bagi sebuah toko untuk membuat pelanggan merasa betah dan nyaman memilih- milih jenis produk yang akan dibelinya.

Oleh karena itu dengan menciptakan *atmosphere* yang sesuai dengan harapan konsumen akan menjadikan mereka loyal, misalnya dengan bersedia datang kembali atau merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu Brownice Beverage and Pastry harus memperhatikan keadaan dalam ruangan untuk kenyamanan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X2) signifikansi  $p\text{-value} = 0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan menolak  $H_0$  atau Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hal ini sama dengan penelitian dari Setyani Sri Haryanti dan Linda Nur Susila (2019) bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas dengan produk yang mereka beli sehingga menjadikan mereka loyal. Oleh karena itu *Brownice Beverage and Pastry* harus meningkatkan kemampuan mereka dalam menangani dan juga menyajikan suatu produk agar produk dan kualitas pelayanan yang di berikan pun dapat di terima dengan baik oleh konsumen.

### Pengaruh Keanekaragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keanekaragaman Produk dengan signifikansi  $p\text{-value} = 0,061 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  ditolak dan menerima  $H_0$  atau Keanekaragaman Produk (X3)

tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Hal ini berbeda dengan penelitian dari Janet Natasya Rotimpandey, Jantje L. Sepang, Fitty Aldi Varie (2017) bahwa Keanekaragaman Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Keanekaragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang di tawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Keanekaragaman produk akan menjadi suatu keuntungan bagi usaha untuk mendapat nilai positif pada konsumennya sehingga konsumen akan memberikan tanggapan yang baik dan bias menjadi pelanggan tetap di *Brownice Beverage and Pastry*.

## PENUTUP

### Kesimpulan

1. Hasil analisis secara simultan Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keanekaragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*.
2. Hasil analisis secara parsial Suasana Kafe berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*.
3. Hasil analisis secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*.
4. Hasil analisis secara parsial Keanekaragaman Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry*.

### Saran

1. Pihak manajemen di *Brownice Beverage and Pastry* wajib memperhatikan temuan dari peneliti, yaitu dengan memfokuskan pada variabel-variabel yang berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen di *Brownice Beverage and Pastry* .antara lain Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keanekaragaman Produk. Hal ini agar pihak manajemen dapat memiliki informasi dan pengetahuan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumennya.
2. Perusahaan lain di bidang kuliner sebaiknya memperhatikan hasil penelitian ini dan dapat diterapkan oleh pihak manajemen pada para konsumen mereka dimana untuk meningkatkan loyalitas konsumen memfokuskan pada variabel-variabel seperti Suasana Kafe, Kualitas Pelayanan dan Keanekaragaman Produk.
3. Peneliti lainnya di bidang studi manajemen pemasaran sebaiknya memperhatikan temuan ini dengan melakukan replikasi penelitian seperti penelitian ini di objek lainnya ataupun melakukan penelitian yang sama di objek yang sama dengan penambahan variabel ataupun perubahan variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian ataupun terhadap perusahaan secara keseluruhan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, T. P. L., Rizal, M., dan Widiyanti, T. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Store Atmosphere* terhadap *Impulse Buying* pada Tokoh Makmur Swalayan di Kota Langsa. *Jurnal Unimed* Vol 8. No 1. (2019). <https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/view/12803> di akses pada 10 September 2019.
- Gilbert, A. (2013). *Dasar-dasar Riset Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K. L (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kolonio, J., dan Soepono, D. (2019). Pengaruh *Service Quality, Trust dan Consumer Satisfaction* terhadap *Consumer Loyalty* pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA* Vol 7. No 1 (2019) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22910/22606>. di akses pada 15 agustus 2019
- Susila, L, N., dan Haryanti, S, S,. (2019). Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* sebagai variable mediasi (studi kasus di pasar bengkoang sukoharjo). *Jurnal Unsiri* Vol 3, No. 1 <http://ejournal.unisri.ac.id/index.php/index/search/authors/view> di akses pada 10 agustus 2019



Rorimpandey, J. N., Sepang, J. L., Arie, F. V. (2017) Analisis pengaruh *Store Atmosphere* dan Keanekaragaman Produk terhadap Loyalitas Konsumen di Black Cup Café Coffee & Roaster. *Jurnal EMBA*, Vol 5. No 2. (2017) <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16006> di akses pada 25 agustus 2019

Sari, N., Setiowati, S. (2017) Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PB Swalayan Metro. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya* Vol 3. No 2. (2017) <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/jmmd/article/view/992> di akses pada 5 September 2019

Tjiptno, F. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama. Yogyakarta: Bayumedia Publishing

