

## PENGARUH CITRA PERUSAHAAN, *STORE ATMOSPHERE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN CAFE PANDAWA99 GRESIK

Anis Fa'ilah<sup>1</sup>, Untung Lasiyono, Tri Aripabowo<sup>2</sup>  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis<sup>1</sup>, Universitas PGRI Adibuana Surabaya<sup>2</sup>  
[Anisfailah0304@gmail.com](mailto:Anisfailah0304@gmail.com)

**ABSTRAK** Dijelaskan riset ini untuk mengetahui citra perusahaan, store atmosphere serta kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Kab. Gresik. Teknik pengambilan sampel accidental sampling dengan sampel sebanyak 112 responden. Dijelaskan analisis data citra perusahaan  $t_{hitung}$  sebesar 1,075. *Store atmosphere* sebesar 4,153 serta kualitas pelayanan  $t_{hitung}$  sebesar 2,887.  $F_{hitung}$  sebesar 21,550. Disimpulkan adanya pengaruh parsial terhadap loyalitas pelanggan serta adanya pengaruh simultan.

**Kata kunci:** Citra perusahaan, *store atmosphere*, kualitas pelayanan & loyalitas pelanggan

**ABSTRACT :** Explained this research to determine the image of the company, store atmosphere and service quality has an influence on customer loyalty pandawa99 cafe in Bungah, Kab. Gresik. Accidental sampling technique with a sample of 112 respondents. The analysis of the company's image data of  $t_{count}$  was explained at 1.075. *Store atmosphere* 4,153 and service quality  $t_{count}$  2,887.  $F_{count}$  is 21,550. It was concluded that there was a partial influence on customer loyalty and the simultaneous influence.

**Keyword:** Company image, store atmosphere, service quality & customer loyalty

## PENDAHULUAN

Era digitalisasi sekarang menjadi keuntungan tersendiri bagi beberapa sektor usaha yang mampu beradaptasi secara cepat. Sektor usaha yang mampu beradaptasi dengan teknologi diprediksi akan mampu menjadi perusahaan yang maju dan bisa menguasai pangsa pasar disektornya dalam jangka waktu panjang. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan manajemen yang siap dan penuh dengan strategi yang akan lebih mendominasi pangsa pasar yang ada. Sektor usaha saat ini serba melakukan media promosi lewat digital online. Hal ini karena lebih mudah dan dapat menjangkau semua kalangan masyarakat sebagai sasaran penjualan.

Bisnis usaha di sektor cafe bisa jadi alternatif usaha yang sudah banyak fakta dilapangan bahwa usaha disektor ini dikatakan paling maju dan perkembangannya semakin pesat. Banyak pengusaha cafe yang tertarik mengangkat suatu tema pada pengaplikasian cafe. Hal ini sebagai media promosi untuk menawarkan suasana cafe dengan berbagai konsep yang ada. Konsumen sering tertarik berkunjung pada tempat yang mempunyai karakter uni dan terbaru. Hal ini karena konsumen saat ini lebih cenderung untuk menikmati konsep dari pada menikmati hidangan ayang ada pada cafe tersebut.

Industri cafe saat ini sudah menjadi usaha UMKM percontohan yang telah terbukti hasilnya serta kemajuannya. Hal ini dikarenakan banyaknya pebisnis yang mulai berani mengambil sektor usaha cafe sebagai usaha pribadi dan kreatif. Perlu diketahui bagi pebisnis bahwa untuk memenangkan usaha dari kompetitor dibutuhkan mental dan strategi manajemen yang kuat. Hal ini dikarenakan semakin hari semakin banyak cafe kompetitor bermunculan dengan berbagai tema yang unik dan menarik. Konsumen akan merasa pembeliannya memuaskan apabila dibarengi dengan kualitas layanan maksimal dari manajemen cafe pandawa99. Manajemen cafe pandawa99 harus terus melakukan riset tentang apa yang dibutuhkan konsumen saat berkunjung serta memberikan menu serta layanan maksimal. Suasana cafe sangat mempertimbangkan tingkat kenyamanan bagi konsumen. Hal ini karena

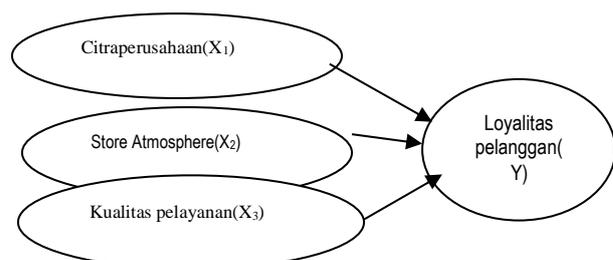
bagian dari layanan yakni tetap menjaga kebersihan dan kondusifitas cafe.

Salah satu cafe yang menerapkan konsep unik dan menarik yakni cafe pandawa99 yang berada di Bungah, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Cafe ini telah melakukan strategi manajemen yang tepat. Strategi promosi menawarkan harga yang terjangkau bagi konsumen menjadi perhatian untuk mempertimbangkan keputusan pembeliannya (*Buying Decision*) dalam pemilihan tempat wisata oleh konsumen untuk berkunjung ke tempat wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (*Service Quality*) dan sikap konsumen (*Customer Attitude*).

Dijelaskan fenomena di atas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Mungkinkah ada pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan di cafe pandawa99 ?
2. Mungkinkah ada pengaruh *Store Atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan di cafe pandawa99?
3. Mungkinkah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cafe pandawa99?
4. Mungkinkah ada pengaruh citra perusahaan, *Store Atmosphere* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di cafe pandawa99?

## Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Digambarkan kerangka konseptual penelitian seperti gambar yang dijelaskan diatas.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan penelitian kuantitatif dan Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian di cafe pandawa99.

Teknik sampling dalam penelitian, dengan pengambilan sampel *nonprobabilitas*. Sampel *nonprobabilitas* yang digunakan adalah *accidental sampling*,

**Prosedur yang dilakukan peneliti dalam mengumpulkan data adalah sebagai berikut:**

1. Mengajukan permohonan izin Pelaksanaan penelitian di *cafe pandawa99* lanjalan.Id di Kabupaten Gresik.
2. Pembagian Kuisisioner (angket), kepada responden konsumen yang berkunjung di *cafe pandawa99* di Kabupaten Gresik.
3. Hasil kuisisioner di klasifikasikan serta dihitung untuk mengetahui pengaruh tidaknya terhadap variabel yang diteliti.
4. Melakukan analisis data dari hasil perhitungan angket dan data lainnya.
5. Menyimpulkan dan memberikan saran terhadap penelitian tersebut dalam laporan hasil penelitian.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Variabel	Item	Correlation	Nilai Kritis	Keterangan
Citra Perusahaan (X1)	X1.1.1	,603	0,3	Valid
	X1.1.2	,620	0,3	Valid
	X1.2.1	,674	0,3	Valid
	X1.2.2	,699	0,3	Valid
	X1.3.1	,724	0,3	Valid
	X1.3.2	,685	0,3	Valid
	X2.1.1	,675	0,3	Valid
	X2.1.2	,652	0,3	Valid
	X2.2.1	,589	0,3	Valid
	X2.2.2	,729	0,3	Valid
Store Atmosphere (X2)	X2.3.1	,718	0,3	Valid
	X2.3.2	,679	0,3	Valid
	X2.4.1	,475	0,3	Valid
	X2.4.2	,564	0,3	Valid
	X3.1.2	,735	0,3	Valid
	X3.2.1	,634	0,3	Valid
	X3.2.2	,685	0,3	Valid
	X3.3.1	,681	0,3	Valid
	X3.3.2	,727	0,3	Valid
	X3.4.1	,740	0,3	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.4.2	,565	0,3	Valid
	Y1.1	,607	0,3	Valid
	Y1.2	,677	0,3	Valid
Loyalitas	Y2.1	,753	0,3	Valid
	Y2.2	,831	0,3	Valid
Pelanggan (Y)	Y3.1	,857	0,3	Valid
	Y3.2	,820	0,3	Valid

Dijelaskan uji validitas tabel 1. Dapat diketahui dimana seluruh item mempunyai nilai correlation > 0,3, yang berarti seluruh item pernyataan telah dianggap valid.

**Tabel 2**  
Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's	Kriteri	Keterangan
X1	,749	> ,6	Realibel
X2	,794	> ,6	Realibel
X3	,840	> ,6	Realibel
Y	,854	> ,6	Realibel

Dijelaskan diatas memaparkan bahwa nilai alpha cronbach pada masing-masing variabel telah memenuhi syarat, karena nilai alpha cronbach (> 0,6 ). Terbukti kuisisioner yang digunakan dinyatakan reliabel.

**Tabel 3**  
Uji Normalitas

Test Statistic	Unstand ardised Residual	Ketera ngan
,089		Nor mal
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 <sup>c</sup>	

Dijelaskan Sig. (2-tailed) sebesar (0,200 > 0,05). Dapat disimpulkan pada hasil tes diatas nilai Asymp. Sig (2-tailed) memenuhi syarat sehingga data dikatakan berdistribusi normal.

**Tabel 4**  
Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	Tolera nce	VIF	Keterangan
Citra Perusahaan	,683	1,465		N o n Multikolinieritas
Store Atmosphere	,732	1,366		
Kualitas Pelayanan	,652	1,533		

Diejelaskan serta diketahui nilai VIF untuk variabel citra perusahaan sebesar 1,465, variabel Store Atmosphere sebesar 1,366, Variabel kualitas pelayanan 1,533, Masing-masing variabel mempunyai nilai (VIF < 10), Dapat disimpulkan bahwa regresi berganda terbebas dari Multikolineritas

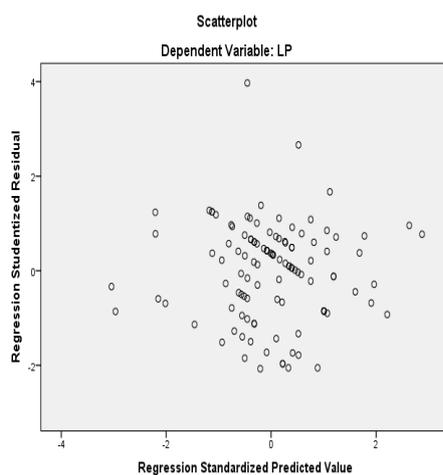
**Tabel 5**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model	Durbin-Watson
Regression	1,844

Keterangan:  
 -  $\alpha$  = 0,05  
 - Dependent Variable = Loyalitas Pelanggan  
 - Jumlah Data (N) = 112 Responden

Dijelaskan DW sebesar 1,844 berada diantara nilai Du dan 4-Du dengan diperoleh nilai Du (1,741) dan 4-Du (2,259), sehingga  $1,741 < 1,844 < 2,259$ . Terbukti tidak terjadi autokorelasi.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 2**  
**Heteroskedastisitas**

Dijelaskan Scatterplot diatas menjelaskan bahwa titik-titik menyebar secara acak pada angka 0 dan Y tidak membentuk pola tertentu. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi Heteroskedastisitas.

**Tabel 6.**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.
	B		
Citra Perusahaan (X1)	1,075	1,075	,285
Store Atmosphere (X2)	3,27	4,153	,000
Kualitas Pelayanan (X3)	2,211	2,887	,005

Keterangan:  
 Konstanta = 3,873  
 R Square = 0,374  
 N = 112 Responden  
 Sig. = 0,05 (5%)  
 Dependen variabel = Keputusan Pembelian

**Tabel 7**  
**Uji-t**

Variabel	t Hitung	Sig	Ket.
Citra Perusahaan (X1)	1,075	0,285	Tidak Signifikan
Store Atmosphere (X2)	4,153	0,000	Signifikan
Kualitas Pelayanan (X3)	2,887	0,005	Signifikan

Dijelaskan tabel diatas diperoleh nilai t-hitung variabel citra perusahaan sebesar 1,075. Variabel store atmosphere sebesar 4,153. Variabel kualitas pelayanan sebesar 2,887. Dibuktikan hasil thitung semua variabel secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Kab.Gresik,Jawa Timur.

**Tabel 8**  
**Uji-f**

Variabel	F Hitung	Sig
Citra Perusahaan (X1), Store Atmosphere (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3)	21,550	0,000

Dijelaskan uji f sebesar 21,550. Disimpulkan secara simultan ada pengaruh citra perusahaan, store atmosphere dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Gresik

#### **SIMPULAN**

Dijelaskan dari data yang telah dipaparkan memperlihatkan bukti hasil analisis citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 terbukti memiliki hasil positif. Dengan nilai thitung sebesar 1,075. Sehingga disimpulkan citra perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Kab.Gresik.

Analisis pengaruh *Store Atmosphere* terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 terbukti positif . Dibuktikan nilai thitung sebesar 4,153. Disimpulkan store atmosphere terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Kab.Gresik

Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 terbukti positif. Dinuktikn nilai thitnug sebesar 2,887. Disimpulkan kualitas pelayanan terbukti adanya pengarruh terhaddap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Gresik.

Analisis adanya pengaruh secara simultan variabel citra perusahaaan, Store atmosphere, kualitas pelayanan terrhadap loyallitas pelangan cafe pandawa99 secara simultan berpengaruh dengan bukti nilai fhtiung sebesar 21,550. Disimpulkan secara simultan semua varaiebel bebas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan cafe pandawa99 di Bungah, Gresik, Jawa timur

#### **IMPLIKASI**

Dari penelitian ini telah menghasilkan suatu temuan terbaru bagi perusahaan, temuan ini diharapkan bisa menjadi bahan evaluasi yang dapat digunakan oleh cafe pandawa99 untuk mengambil suatu kebijakan manajemen perusahaan

#### **KETERBATASAN PENELITIAN**

Pada penelitian ini, penulis telah melakukan pengujian variabel, penulis melaksanakan penelitian dengan waktu yang sangat terbatas, responden dalam penelitian ini juga dibatasi yaitu konsumen yang berkunjung di cafe pandawa99, dengan penelitian ini penulis berharap temuannya dapat dijadikan pedoman bagi

manajemen cafe pandawa99 serta dijadikan bahan perbandingan untuk penelitian-penelitian yang akan datang.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Kotler, P.& Keller, K.L. (2012). *Marketing Management (13th ed.)*. New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G (2012). *Principles of Marketing (14th ed)*. New Jersey :Prentice hall.