

ABSTRAK

Loyalitas pelanggan adalah dedikasi pelanggan untuk secara konsisten membeli barang atau jasa dari merek atau bisnis tertentu dalam jangka waktu yang lama. Hal ini melibatkan preferensi dan kepercayaan yang mendalam terhadap merek tertentu, yang sering kali mengarah pada perilaku pembelian yang teratur dan konsisten. Ini lebih dari sekadar pembelian berulang. Secara keseluruhan, fenomena loyalitas pelanggan sangat rumit dan dipengaruhi oleh berbagai elemen praktis, psikologis, dan emosional. Pendekatan strategis yang berpusat pada pemahaman dan pemenuhan kebutuhan dan harapan pelanggan secara terus menerus diperlukan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

Analisis menyeluruh terhadap literatur mengungkapkan bahwa model SERVQUAL industri makanan dan minuman yang mengukur tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy belum pernah diuji secara memadai dalam penelitian sebelumnya. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan dalam bisnis Café. Penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur untuk mensurvei pelanggan kafe di daerah Tembalang, Semarang, Jawa Tengah. Akan ada 300 kuesioner survei yang dikelola sendiri yang tersedia. Data dianalisis dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Industri kafe di Tembalang, Semarang, Jawa Tengah, adalah subjek eksklusif dari penelitian ini. Convenience sampling digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam industri kafe, hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan hanya ditemukan dalam beberapa penelitian sebelumnya. Untuk mengatasi masalah tersebut, penelitian ini menyelidiki hubungan antara loyalitas pelanggan dan kualitas layanan. Selain itu, kewajaran harga merupakan variabel independen lain yang dimasukkan dalam penelitian ini untuk menguji pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kafe, Makanan dan Minuman, Model SERVQUAL, Loyalitas Pelanggan, Jawa Tengah, Semarang, Tembalang

FEB UNDIP