

INTISARI

PENGARUH *AMBIENCE*, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN GERAJ COFFEE SHOP DI SLEMAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DARI KALANGAN GENERASI Z

Hana Anjelina¹, Adi Djoko Guritno², Muhammad Prasetya Kurniawan²

Menjamurnya coffee shop di Indonesia baru-baru ini, menjadikan bisnis ini memiliki persaingan yang cukup ketat. Dalam perkembangannya, generasi Z adalah salah satu generasi yang menjadi mayoritas konsumen coffee shop melalui kegiatan ‘menongkrong’. Salah satu karakteristik generasi Z yang unik dibandingkan generasi lainnya adalah mereka memiliki kecenderungan untuk menikmati kunjungannya di coffee shop bersamaan dengan pengalaman interaksi dan lingkungan mereka saat itu. Untuk mendukung pengalaman interaksi yang dilakukan, *ambience* tertentu akan dapat memberi rasa nyaman. Dan karena generasi Z berekspektasi bahwa harga produk perlu sesuai dengan nilainya, maka harga menu yang ditawarkan dapat dijadikan daya saing dari pelaku bisnis coffee shop. Selain itu, coffee shop akan dapat menarik lebih banyak konsumen jika terdapat persepsi yang positif dari konsumen karena kualitas pelayanannya. Apabila konsumen sudah memiliki kecocokan dari faktor *ambience*, harga, dan kualitas pelayanan maka akan tercipta kepuasan konsumen yang akan menciptakan peluang adanya loyalitas konsumen. Oleh karena itu, dilakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *ambience*, harga, dan kualitas pelayanan pada gerai coffee shop terhadap loyalitas konsumen yang dimediasi oleh kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan analisis SEM-PLS. Hasil yang diperoleh yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen generasi Z. Lalu peranan kepuasan konsumen sebagai mediator ada pada hubungan di antara kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen dengan hubungan mediasi parsial. Dengan begitu, faktor utama yang perlu dijadikan pertimbangan oleh pelaku bisnis coffee shop dalam menciptakan kepuasan konsumen dan menjaga loyalitas konsumen dari kalangan gen Z adalah kualitas pelayanan.

Kata kunci: *coffee shop*, generasi Z, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, SEM-PLS

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian FTP UGM

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian FTP UGM

ABSTRACT

THE EFFECT OF AMBIENCE, PRICE, AND SERVICE QUALITY OF COFFEE SHOP IN SLEMAN ON CUSTOMER SATISFACTION AND LOYALTY FROM GENERATION Z

Hana Anjelina¹, Adi Djoko Guritno², Muhammad Prasetya Kurniawan²

The rapid growth of the coffee shop business in Indonesia recently has made it have quite tight competition. In its development, generation Z is one of the generations that make up most coffee shop consumers through hanging out. One of the unique characteristics of them is that they tend to enjoy visiting coffee shops along with their experience at that time. To support the experience that is carried out, a certain ambience will be able to provide a sense of comfort. And because they expects that product prices need to fit with the value, they often consider the menu prices offered. In addition, coffee shops will able to attract more consumers if there is a positive perception from consumers because of the quality of service. If consumers already matched with those factors, consumer satisfaction will be created which will create opportunities for consumer loyalty. Hence, this research was conducted which aims to determine the effect of ambience, price, and service quality at coffee shop outlets on consumer loyalty mediated by customer satisfaction. The research method used is SEM-PLS analysis. The results obtained are service quality has a significant effect on customer satisfaction and loyalty of generation Z. Subsequently, the role of customer satisfaction as a mediator can be found in the relationship between service quality and customer loyalty with a partial mediation relationship. Therefore, the main factor that needs to be considered by coffee shop business people in creating customer satisfaction and maintaining loyalty from generation Z is service quality.

Keyword : coffee shop, consumer loyalty, consumer satisfaction, generation Z, SEM-PLS

¹Student of Agroindustrial Technology Department FTP UGM

²Lecturer of Agroindustrial Technology Department FTP UGM