



## ABSTRAK

Semakin hari ide bisnis kafe kian marak, perkembangan tren masa kini mendorong berbagai kalangan masyarakat untuk ikut berkecimpung dalam usaha kafe mikro karena modal yang tidak terlalu besar. Pada tahun 2023, diketahui jumlah kafe di Indonesia mencapai 4000 unit. Semakin banyaknya kafe yang bermunculan membuat strategi-strategi untuk menumbuhkan dan meningkatkan rasa setia pelanggan sangat penting untuk diketahui bagi para pemilik kafe mikro. Kesetiaan konsumen yang tinggi kepada kafe mikro dapat memberikan banyak manfaat positif yang dapat membuat kafe mikro mampu bersaing dengan kompetitif. Modal terbatas dari kafe mikro membuat kafe mikro harus terus berinovasi untuk meningkatkan loyalitas konsumen yang dapat dilakukan dengan memahami nilai utilitarian dan hedonis. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dampak nilai hedonis dan utilitarian pada loyalitas dan getok tular kafe mikro.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan teknik penyampelan *non-probability purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan data primer yang disebarakan secara daring kepada 196 responden, dengan kriteria mahasiswa di atas 17 tahun di Pulau Jawa yang pernah mengunjungi kafe mikro dalam 6 bulan terakhir. Olah data dilakukan dengan metode PLS-SEM dan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai hedonis berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan getok tular. Sementara nilai utilitarian tidak berpengaruh secara signifikan pada loyalitas dan getok tular.

**Kata kunci:** Kafe Mikro, Loyalitas Keperilakuan, Nilai Hedonis, Nilai Utilitarian, Getok Tular.



## ABSTRACT

*Nowadays, café business ideas are increasingly prevalent, the development of today's trends encourages various groups of people to participate in the micro café business because the capital is relatively small. By 2023, it is known that the number of cafes in Indonesia will reach 4000 units. The increasing number of cafes that have sprung up makes strategies to grow and increase customer loyalty very important to know for micro cafe owners. High customer loyalty to micro-cafes can provide many positive benefits that can make micro-cafes competitive. The limited capital of micro-cafes means that micro-cafes must continue to innovate to increase customer loyalty, which can be done by understanding utilitarian and hedonic values. This study aims to examine the impact of hedonic and utilitarian values on micro-café loyalty and getok tular.*

*This study uses quantitative methods and non-probability purposive sampling techniques. This study uses primary data distributed online to 196 respondents, with the criteria of college students over 17 years old in Java Island who have visited a micro cafe in the last 6 months. Data processing was carried out using the PLS-SEM method and the results showed that hedonic value had a significant effect on loyalty and getok tular. While utilitarian value does not significantly affect loyalty and getok tular.*

*Keywords: Hedonic Value, Utilitarian Value, Behavioral Loyalty, getok tular, micro cafes.*