

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis perbandingan loyalitas pelanggan pada *coffee shop* kota Bandung serta mengetahui sejauh mana *store atmosphere* dan loyalitas pelanggan pada coffee shop kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif dengan jenis penelitian Deskriptif-Kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode Non-Probability Sampling jenis Insidental Sampling, dengan jumlah responden sebanyak 20 orang di 5 *coffee shop* atau kedai kopi. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Analisis Regresi Sederhana dan One Way Anova.

Berdasarkan hasil penelitian ini, hasil uji secara parsial (uji t) disimpulkan bahwa variabel *Store Atmosphere* berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan *coffee shop* atau kedai kopi di Bandung. Nilai koefisien determinasi, didapat bahwa *store atmosphere* memberikan pengaruh sebesar 38,8% terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 61,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor dalam loyalitas pelanggan misalnya produk, rasa, citra merek, dan lain-lain. Hasil uji One Way Anova menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan loyalitas pelanggan *coffee shop* di Bandung.

Kesimpulan penelitian ini, variabel *Store Atmosphere* dan Loyalitas Pelanggan sudah termasuk ke dalam kategori Sangat Baik. Namun, karena tidak ada perbedaan loyalitas pelanggan *coffee shop* di Bandung diperlukan adanya keunikan yang berbeda dari *store atmosphere* di 5 *coffee shop* atau kedai kopi di Bandung agar pelanggan merasakan suasana toko yang berbeda dari yang lainnya. Sehingga menjadi keunikan dari *coffee shop* atau kedai kopi tersebut.

Kata kunci: *store atmosphere*, loyalitas pelanggan dan *coffee shop*