

## ABSTRAK

Era perdagangan bebas memacu setiap pengusaha di belahan dunia berlomba-lomba memajukan bisnis yang dijalankannya. Salah satu contohnya yang sedang marak sekarang adalah *coffee shop*, setiap *coffee shop* memiliki keunikannya sendiri. Salah satunya *coffee shop* yang menerapkan konsep *go green*. Dimana, konsumen yang loyal terhadap gerakan *go green* akan merasa nyaman berada di *coffee shop* tersebut karena pelayanan dan suasana di *coffee shop* tersebut menerapkan konsep *go green*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *green atmosphere servicescape* dan *green communicative servicescape* terhadap *green loyalty* pada Hi! Brew Coffee Bandung.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengunjung pada Hi! Brew Coffee dengan jumlah sampel sebanyak 155 responden dengan teknik sampling purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS *version 24 for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *green atmosphere servicescape* masuk dalam kategori baik, variabel *green communicative servicescape* masuk dalam kategori baik dan variabel *green loyalty* masuk dalam kategori baik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan *green atmosphere servicescape* dan *green communicative servicescape* berpengaruh secara signifikan terhadap *green loyalty*.

**Kata Kunci:** *Green Atmosphere Servicescape, Green Communicative Servicescape, Green Loyalty, Coffee shop*