

ABSTRAK

Persaingan bisnis di industri kuliner semakin ketat seiring dengan berkembangnya tren gaya hidup masyarakat yang mengedepankan pengalaman konsumsi yang unik dan berkesan. Dalam kondisi tersebut, pelaku usaha dituntut untuk mengadopsi strategi pemasaran yang tepat agar mampu mempertahankan loyalitas konsumen. Salah satu usaha yang menghadapi tantangan ini adalah Cafe Kopi Boss Jember. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pemasaran digital, segmentasi pasar, dan pengalaman pelanggan dalam meningkatkan loyalitas konsumen pada Cafe Kopi Boss Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner kepada 100 responden konsumen Cafe Kopi Boss Jember yang dipilih dengan teknik purposive sampling. Data yang diperoleh dianalisis dengan uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, serta regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital, segmentasi pasar, dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Variabel pengalaman pelanggan memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam meningkatkan loyalitas konsumen, selain memanfaatkan teknologi digital dan mengidentifikasi segmen pasar yang tepat, memberikan pengalaman yang menyenangkan, nyaman, dan berkesan bagi konsumen merupakan faktor kunci yang tidak dapat diabaikan. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi manajemen Cafe Kopi Boss Jember untuk memperkuat strategi pemasaran digital yang interaktif, merancang segmentasi pasar yang lebih tepat sasaran, serta terus meningkatkan kualitas pengalaman pelanggan melalui pelayanan, suasana, dan inovasi menu. Upaya-upaya ini diharapkan dapat meningkatkan loyalitas konsumen secara berkelanjutan dan memperkuat daya saing cafe di tengah ketatnya persaingan industri kuliner.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Segmentasi Pasar, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

The business competition in the culinary industry has become increasingly intense along with the development of lifestyle trends that prioritize unique and memorable consumption experiences. In such conditions, business actors are required to adopt appropriate marketing strategies in order to maintain consumer loyalty. One of the businesses facing this challenge is Cafe Kopi Boss Jember. Based on this phenomenon, this study aims to analyze the role of digital marketing, market segmentation, and customer experience in enhancing consumer loyalty at Cafe Kopi Boss Jember. This research employs a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 100 respondents who are consumers of Cafe Kopi Boss Jember, selected using purposive sampling technique. The collected data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression to examine the influence of each variable. The results of the study indicate that digital marketing, market segmentation, and customer experience have a positive effect on consumer loyalty, both simultaneously and partially. Among these variables, customer experience has the most dominant influence compared to the others. This suggests that in improving consumer loyalty, apart from utilizing digital technology and identifying the right market segments, providing a pleasant, comfortable, and memorable experience for consumers is a key factor that cannot be overlooked. The implication of this study is the importance for the management of Cafe Kopi Boss Jember to strengthen an interactive digital marketing strategy, design more targeted market segmentation, and continuously enhance the quality of customer experience through service, atmosphere, and menu innovations. These efforts are expected to sustainably increase consumer loyalty and strengthen the cafe's competitiveness amid the fierce competition in the culinary industry.

Keywords: Digital Marketing, Market Segmentation, Customer Experience, Consumer Loyalty.