

ANALISIS PRODUCT DIVERSITY, ATMOSFER KAFE DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN WARUNG KOPI CAK WANG BANYUWANGI



Oleh:

**Inelsa Agustin
NIM 1410411234**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Warung Kopi :Cakwang Banyuwangi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh product diversity, atmosfer kafe dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 40 responden dengan teknik purposive sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel product diversity, atmosfer kafe dan harga, semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil product diversity, atmosfer kafe dan harga, semuanya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil product diversity, atmosfer kafe dan harga, semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil uji determinasi diperoleh 66,9% variasi variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh product diversity, atmosfer kafe dan harga, sedangkan sisanya sebesar 33,1% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Kata kunci: *product diversity*, atmosfer kafe, harga dan loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

This research was conducted on Warung Kopi: Cakwang Banyuwangi customers. This study aims to determine the effect of product diversity, coffee atmosphere and price to customer loyalty. In this research the data collected by means of aids in the form of observation, interview and questionnaire to 40 respondents with purposive sampling technique, which aims to know the perception of respondents to each variable. The analysis used included instrument test data (validity test, reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, coefficient of determination). From the analysis using regression can be seen that the variable product diversity, coffee atmosphere and price, all have a positive effect on customer loyalty. From t test obtained the result of product diversity, coffee atmosphere and price, all have a significant effect on customer loyalty. From the F test obtained the results of product diversity, coffee atmosphere and price, all simultaneously significant effect on customer loyalty. From the result of determination test obtained 66,9% variation of customer loyalty variable can be explained by product diversity, coffee atmosphere and price, while the rest equal to 33,1% explained by other variable not proposed in this research.

Key words: *product diversity, coffee atmosphere, price and customer loyalty*

2. Pendahuluan

Peningkatan perekonomian di Indonesia diikuti dengan meningkatnya penghasilan masyarakat. Hal itu dapat merubah pola hidup masyarakat menjadi lebih konsumtif. Berkembangnya pola hidup mendorong semakin banyak pengusaha yang mendirikan bisnis pusat perbelanjaan dan tempat nongkrong. Salah satu bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah *coffee shop*. Marsum (2005) menjelaskan bahwa kafe merupakan tempat untuk makan dan minum sajian cepat saji dan menyuguhkan suasana santai atau tidak resmi, selain itu juga merupakan suatu tipe dari restoran yang biasanya menyediakan tempat duduk didalam dan diluar restoran. Kebanyakan kafe tidak menyajikan makanan berat namun lebih berfokus

pada menu makanan ringan seperti kue, roti, sup, dan minuman.

Kafe merupakan usaha yang saat ini mudah sekali untuk kita temui. Bukan hanya di daerah perkotaan, bahkan di daerah pinggir kota pun tak jarang kita melihat berdiri sebuah bisnis kafe. Semakin banyaknya kafe yang bermunculan, membuat masing-masing pemain di industri ini harus pandai dalam melakukan diferensiasi. Hal itu juga membuat persaingan menjadi ketat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar serta menarik konsumen tersebut agar melakukan pembelian sehingga menjadi loyal untuk terus mengunjungi kafe tersebut.

Lovelock & Wirtz (2011) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi, mempertahankan pelanggan berarti meningkatkan kinerja keuangan dan

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Yang menjadi pertimbangan utama perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan adalah karena semakin mahal biaya perolehan pelanggan baru dalam iklim kompetisi yang semakin ketat. Selain itu dalam konteks bisnis, loyalitas dijelaskan sebagai keinginan pelanggan untuk terus berlangganan pada perusahaan dalam jangka waktu yang panjang, dan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada teman dan kolega.

Banyak kafe yang sangat berharap dapat mempertahankan pelanggannya dalam jangka waktu yang lama, bahkan jika mungkin untuk selamanya. Menurut Zeithaml et al dalam Saputra (2011) perusahaan yang mengembangkan dan mempertahankan loyalitas konsumen akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Terjadinya loyalitas pada pelanggan disebabkan oleh pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk atau jasa tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus. Pelanggan juga dapat menjadi loyal karena mereka puas dengan produk atau jasa tersebut, sehingga ingin terus melanjutkan hubungan dengan perusahaan.

Pelanggan yang puas dan loyal merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Kotler *et al*, 2006). Loyalitas menggambarkan suatu

komitmen pelanggan untuk melakukan bisnis dengan organisasi, dengan membeli barang dan jasa secara berulang, dan merekomendasikan jasa dan produknya kepada teman dan kelompoknya (McIlroy & Barnett, 2000). Kafe yang ingin mempertahankan loyalitas pelanggannya harus memperhatikan beberapa hal, seperti *product diversity* (keragaman produk), *atmosfer* kafe dan harga.

Semakin beragamnya jenis produk yang dijual di suatu tempat maka konsumen akan merasa puas jika ia melakukan pembelian di tempat tersebut dan ia tidak perlu melakukan pembelian di tempat yang lain dan hal serupa akan ia ulangi untuk pembelian berikutnya. Kotler (2009) menyatakan bahwa keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli. Hubungan antara keragaman produk dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sangat erat kaitannya pada kelangsungan penjualan suatu perusahaan. Pernyataan tersebut sesuai dengan penelitian Ekawati (2013) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) yang membuktikan bahwa keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Harga produk merupakan hal yang juga diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Umumnya konsumen akan loyal ketika harga produk dirasa terjangkau bagi mereka. Tjiptono (2008) bahwa suatu hal yang lazim bahwa seorang konsumen menginginkan produk yang baik dengan harga terjangkau, dan inilah mengapa faktor harga menjadi penting. Dalam pengertian strategi harga, harga merupakan salah satu unsur yang

mempengaruhi kegiatan-kegiatan dalam perusahaan yang berfungsi menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Namun, hal itu seringkali terbentur pada kebijakan penetapan harga. Penelitian Ekawati (2013), Oematan dan Subagio (2015) serta Tomida dan Satrio (2016) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pelanggan kini lebih selektif dalam memilih suatu kafe, yang membuat makin uniknya dekorasi kafe di berbagai wilayah. Salah satu keunikan tersebut diwujudkan dalam bentuk suasana atau *atmosfer* toko. Kotler & Keller (2007) menemukan bahwa timbulnya minat konsumen dalam melakukan pembelian, juga dipengaruhi oleh strategi yang diterapkan pelaku usaha yaitu produk yang bagus dan menarik, suasana toko yang nyaman serta pelayanan yang memuaskan. Salah satu strategi pemasaran yang dapat adalah dengan menciptakan *store atmosphere* yang aman dan nyaman agar dapat memberi kesan menarik kepada konsumen sehingga menimbulkan kesenangan yang pada akhirnya dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengunjungi toko tersebut kembali. Penelitian Oematan dan Subagio (2015) dan Rorimpandey, et al. (2017) membuktikan bahwa *atmosfer* toko memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat *gap research* mengenai pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian Ekawati (2013), Oematan dan Subagio (2015) serta Tomida dan Satrio (2016) yang membuktikan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap

loyalitas pelanggan. Sedangkan Pongoh (2013) membuktikan bahwa harga berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Salah satu usaha kafe yang terdapat di Banyuwangi adalah Warung kopi Cak Wang. Awalnya warung kopi Cak Wang hanya berada di Jember, namun kini Cak Wang membuka cabang diberbagai wilayah, termasuk Banyuwangi. Warung kopi Cak Wang merupakan kedai kopi yang cukup terkenal dan menjadi favorit para mahasiswa, pelajar serta khalayak muda. Warung kopi Cak Wang menyediakan berbagai macam jenis seduhan kopi spesial arabika dari seluruh daerah Indonesia, Warung Kopi Cak Wang juga menyediakan berbagai menu lainnya dengan harga yang relatif terjangkau.

Warung Kopi Cak Wang menyediakan dua jenis kopi, yakni kopi reguler dengan harga yang murah dan kopi special dengan harga yang lebih tinggi. Kopi pada nomer satu sampai lima merupakan kopi reguler yang dijual dengan harga murah, yakni dibawah Rp 10.000. Sedangkan kopi pada nomer enam sampai dua belas merupakan kopi spesial. Kopi tersebut dikatakan spesial karena mempunyai rasa kopi yang berbeda dibanding kopi biasa. Komposisi bahan kopi tersebut juga berbeda dengan kopi biasa. Sehingga tak heran jika harga kopi spesial jauh lebih mahal dibanding kopi biasa. Jika dibandingkan dengan pesaingnya, Cangkir Cafe dan Cofeezone tidak menyediakan kopi reguler sebanyak Cak Wang. Cangkir Cafe hanya menyediakan kopi reguler sebanyak dua menu dan Cofeezone hanya menyediakan kopi reguler sebanyak satu menu. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa Cak

Wang memiliki menu yang lebih beragam dan harga yang lebih terjangkau.

Berbagai menu kopi yang ditawarkan oleh Warung Kopi Cak Wang membuat konsumen memiliki berbagai alternatif pilihan kopi. Keragaman menu kopi tersebut menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk berkumpul dan membeli kopi di Warung Kopi Cak Wang. Pada saat pelanggan membutuhkan tempat berkumpul dan ngopi, berbagai jenis kopi sudah disediakan oleh Warung Kopi Cak Wang. Selain itu pelanggan juga dapat memesan jenis minuman lain seperti *juice* dan *ice milk* serta disediakan juga beberapa makanan ringan. Warung Kopi Cak Wang menyadari bahwa keragaman produk di suatu kafe menjadi pertimbangan utama pelanggan ketika akan memilih tempat berkumpul.

Tabel 1: Pengunjung Warung Kopi Cak Wang Periode November 2016 - November 2017

No	Bulan	Jumlah Pengunjung (orang)
1	November 2016	1.198
2	Desember 2016	1.345
3	Januari 2017	1.052
4	Februari 2017	1.297
5	Maret 2017	1.173
6	April 2017	1.177
7	Mei 2017	1.191
8	Juni 2017	921
9	Juli 2017	559
10	Agustus 2017	593
11	September 2017	603
12	Oktober 2017	971
13	November 2017	920
Total		13.000
Rata-rata		1.000

Sumber: Cak Wang Banyuwangi

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah pengunjung Warung Kopi Cak Wang setiap bulan dari bulan November tahun 2016 sampai bulan

November tahun 2017. Setiap bulannya jumlah pengunjung Warung Kopi Cak Wang berfluktuasi, terkadang mengalami penurunan terkadang juga mengalami peningkatan. Jumlah pengunjung terbesar terjadi pada bulan Desember tahun 2016, sedangkan jumlah pengunjung terkecil terjadi pada bulan Juli tahun 2017. Penurunan pengunjung pada bulan Juli 2017 kemungkinan terjadi karena pada bulan tersebut bertepatan dengan bulan ramadhan. Berbeda dengan tahun 2016, jumlah pengunjung pada akhir tahun 2017 tidak mampu menembus angka seribu. Hal itu menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan terjadinya penurunan loyalitas pelanggan sehingga mereka berpindah ke kafe lain.

Konsumen memiliki pertimbangan tersendiri dalam memilih kafe yang akan dikunjunginya. Dari berbagai pertimbangan tersebut terdapat satu hal yang menjadi alasan utama dalam pengambilan keputusan, baik dari faktor ragam produk yang dijual, harga produk dan suasana kafe. Saat ini jumlah kafe di Banyuwangi cukup banyak, bahkan diperkirakan akan terus bertambah. Terdapat kafe yang memiliki ragam menu seperti Cak Wang, bahkan beberapa kafe menawarkan menu yang lebih beragam dibandingkan Cak Wang. Hal ini tentunya akan membuat konsumen Cak Wang tertarik untuk mengunjungi kafe lain karena ingin mencoba varian rasa baru dari kopi yang ditawarkan. Selain menu yang lebih beragam, juga terdapat kafe yang muncul dengan menu-menu yang lebih murah. Konsumen Cak Wang yang sedang kekurangan uang juga memiliki potensi untuk berpindah ke kafe lain yang menawarkan menu dengan harga yang murah.

Ketika konsumen masuk kesuatu kafe mereka tidak hanya memberikan penilaian mengenai menu dan harga, tetapi juga memberikan respon terhadap lingkungan yang diciptakan melalui dekorasi yang kreatif dan desain bangunan yang menarik. Persaingan yang cukup ketat membuat beberapa kafe mendesain kedainya sedemikian rupa agar terlihat menarik, sehingga membuat suasana kafe menjadi lebih nyaman. Hal inilah yang belum dilakukan oleh Cak Wang Banyuwangi, sehingga tidak heran jika beberapa konsumen berpindah ke kafe lain yang memiliki suasana kafe yang lebih menarik.

Penurunan loyalitas pelanggan merupakan hal yang tidak baik bagi suatu usaha, karena itu sangat penting bagi Cak Wang untuk mempertahankan pelanggannya. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *product diversity*, *atmosfer* kafe dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi.

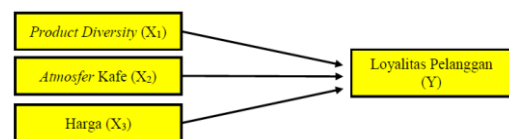
Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan di atas, adanya peningkatan dalam penjualan yang dialami oleh Warung Kopi Cakwang Banyuwangi, perlu dilakukan analisis faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan loyal. Oleh karena itu, Warung Kopi Cakwang Banyuwangi dihadapkan pada kenyataan bahwa dalam persaingan industri cafe yang ketat, perusahaan dituntut untuk mampu mengoptimalkan pengelolaan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, sehingga mampu memunculkan loyalitas pelanggannya. Dalam penelitian ini permasalahan yang

dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Apakah *product diversity* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?
- b. Apakah *atmosfer* kafe berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?
- c. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi?

3. Metode Penelitian

Dalam merancang suatu penelitian, dikenal penelitian eksploratoris dan konklusif, dimana penelitian konklusif dapat diklasifikasikan lagi atas penelitian diskriptif dan kausal. Jika dilihat dari variabelnya yaitu variabel bebas dan terikat, penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas bertujuan mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel bebas dan terikatnya.



Gambar 1: Kerangka Konsep Penelitian
Sumber: Dikembangkan Oleh Peneliti

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warung Kopi Cakwang Banyuwangi saat penelitian dilakukan sebanyak 1000 orang pelanggan. Jumlah ini didapat dari rata-rata jumlah pelanggan mulai dari

November 2016 – November 2017. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan dan pertimbangan tertentu. Teknik *purposive sampling* ini berdasarkan penilaian terhadap beberapa karakteristik responden yang disesuaikan dengan maksud penelitian (Sugiyono, 2012).

Alat analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Analisis Regresi Linier Berganda
Untuk mengetahui atau mengukur intensitas hubungan antara variabel terikat (Y) dengan beberapa variabel bebas (X), maka jenis analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.
- b. Uji F
Uji F (F_{test}) metode dalam pengujian hipotesis dimana kegunaannya dari uji F ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.
- c. Uji t
Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan Pembahasan

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 22,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi
1	Konstanta	1,624
2	<i>Product Diversity</i> (X_1)	0,331
3	Atmosfer Kafe (X_2)	0,298
4	Harga (X_3)	0,299

Sumber: Data yang Diolah 2018

Berdasarkan tabel 2 yaitu hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 1,624 + 0,331 X_1 + 0,298 X_2 + 0,299 X_3$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Pelanggan

X_1 = *Product Diversity*

X_2 = Atmosfer Kafe

X_3 = Harga

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

1. Konstanta = 1,624 menunjukkan besaran loyalitas pelanggan 1,624 satuan pada saat *product diversity*, atmosfer kafe, dan harga sama dengan nol.
2. $\beta_1 = 0,331$ artinya meningkatnya *product diversity* per satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,331 satuan apabila atmosfer kafe, dan harga sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa *product diversity* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti semakin baik *product diversity* akan berdampak pada semakin baik pula loyalitas pelanggan dengan asumsi atmosfer kafe, dan harga konstan.
3. $\beta_2 = 0,298$ artinya meningkatnya atmosfer kafe per satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,298 satuan apabila *product diversity*, dan harga sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan

bahwa atmosfer kafe berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti semakin baik atmosfer kafe akan berdampak pada semakin ringginya loyalitas pelanggan dengan asumsi *product diversity*, dan harga konstan.

4. $\beta_3 = 0,299$ artinya meningkatnya harga per satu satuan akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,299 satuan apabila *product diversity*, dan atmosfer kafe sama dengan nol. Hal ini juga mengindikasikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan yang berarti semakin tinggi harga akan berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan dengan asumsi *product diversity*, dan atmosfer kafe konstan.

b. Uji F

Pengujian dilakukan dengan melihat statistik F_{hitung} dengan nilai statistik F_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Nilai F_{tabel} didapatkan dari $df_2 = n-k$ (91-3) sama dengan 88. Dimana n adalah jumlah sampel dan k didapatkan dari $df_1 = k - 1$ (4 - 1). Jadi untuk melihat F_{tabel} caranya dengan melihat tabel F baris ke 88 yaitu 2,7082.

Tabel 3: Hasil Uji F

No	Kriteria	Keterangan
1	F_{hitung} (61,504)	F_{tabel} (2,7082) Signifikan
2	Nilai signifikansi (0,000)	Taraf signifikansi (0,05) Signifikan

Sumber: Data yang Diolah 2018

Berdasar tabel 3 dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ (61,504 > 2,7082) maka *product diversity*, atmosfer kafe dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada tingkat signifikan 5%, dalam hal ini H_0 ditolak. Sehingga, hipotesis yang menyatakan *product diversity*, atmosfer kafe, dan harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan terbukti kebenarannya (H_a diterima).

c. Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak. Nilai t_{tabel} didapatkan dari $df = n-k$ (91-4) sama dengan 87. Dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel penelitian. Jadi untuk melihat t_{tabel} caranya dengan melihat tabel t baris ke 87 yaitu 1,6626.

Tabel 4: Hasil Uji t

No	Variabel	Item Uji Signifikansi Hitung	Keterangan
1	Product Diversity	0,000	Signifikan
2	Atmosfer Kafe	0,000	Signifikan
3	Harga	0,000	Signifikan

Sumber: Data yang Diolah 2018

Dari tabel 4, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

1. Hasil uji *product diversity* mempunyai nilai signifikansi hitung sebesar 0,000 dan lebih kecil dari

- 0,05 dan t hitung (4,817) > t tabel (1,6626) yang berarti bahwa hipotesis *product diversity* mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa *product diversity* mempengaruhi loyalitas pelanggan yang berarti semakin baik *product diversity* akan berdampak pada semakin tinggi loyalitas pelanggan.
2. Hasil uji atmosfer kafe mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,936) > t tabel (1,6626) yang berarti bahwa hipotesis atmosfer kafe mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa atmosfer kafe mempengaruhi loyalitas pelanggan yang berarti semakin baik atmosfer kafe akan berdampak pada semakin tinggi loyalitas pelanggan.
 3. Hasil uji harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,914) > t tabel (1,6626) yang berarti bahwa hipotesis harga mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa harga mempengaruhi loyalitas pelanggan yang berarti semakin baik harga akan berdampak pada semakin tinggi loyalitas pelanggan.
1. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa *product diversity* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa *product diversity* yang meliputi Warung Kopi Cak Wang menggunakan gelas dengan ukuran yang berbeda, Warung Kopi Cak Wang menyediakan berbagai jenis kopi, Warung Kopi Cak Wang menjual kopi dengan beragam bahan baku kopi dan Warung Kopi Cak Wang menyajikan kopi dengan beragam desain berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Keragaman produk di sebuah warung kopi adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan menu mulai dari rasa, ukuran, dan kualitas, serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di warung kopi. Keaneka ragaman produk perlu dikembangkan agar konsumen tertarik dan berminat untuk membeli dan konsumen menjadi loyal. Konsumen untuk tertarik dan berminat membeli suatu produk menginginkan keragaman menu yang disajikan oleh sebuah warung kopi. Keragaman produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan untuk meningkatkan kinerja produk, jika produk tersebut tidak beragam maka produk tersebut tentu akan kalah bersaing dengan produk yang lain ini berarti perusahaan gagal memberikan kepuasan terhadap konsumen. Menurut Randall (2008), setiap konsumen memiliki selera makan yang tidak selalu sama. Jika restoran menyediakan menu yang beranekaragam, akan lebih memudahkan restoran untuk menarik konsumen agar bersantap di tempatnya. Karena, semakin banyak

d. Pembahasan

Secara nyata berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara statistik ketiga hipotesis yang diajukan mendukung teori dan hipotesis yang diajukan. Berdasarkan hasil pengujian secara statistik, penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

pilihan yang disediakan oleh restoran, maka akan semakin memudahkan konsumen untuk memilih menu atau produk sesuai keinginannya. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Ekawati (2013) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) yang menyatakan ada pengaruh *product diversity* terhadap loyalitas pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu *product diversity* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

2. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan atmosfer kafe terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa atmosfer kafe yang meliputi bagian luar Warung Kopi Cak Wang terlihat unik dan menarik, bagian dalam Warung Kopi Cak Wang terlihat unik dan menarik, tata letak ruangan Warung Kopi Cak Wang nyaman dan tidak menyulitkan konsumen untuk berjalan dan Warung Kopi Cak Wang menampilkan pajangan yang memiliki ciri khas dan menarik, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Atmosphere kafe bisa menjadi alternatif untuk membedakan kafe yang satu dengan yang lainnya dengan produk dan harga yang kurang lebih sama diantara berbagai café yang ada. Store atmosphere bisa menjadi alasan lebih bagi konsumen untuk tertarik dan memilih dimana ia akan berkunjung dan membeli. Sama halnya seperti yang dikatakan Kotler (2007) ketika perbedaan produk dan harga minimal, konsumen membutuhkan kriteria lanjut yang lebih deskriminatif. Kriteria diskriminatif tersebut dapat diberikan oleh kenyamanan lokasi, fasilitas parkir, kepribadian pemilik atau suasana. Selain menjadikan suatu diferensiasi dari kafe lain, penciptaan *store atmosphere* yang memadai dapat memberikan kepuasan tersendiri pada konsumen. Pelaku usaha kafe perlu menyadari pentingnya *store atmosphere* untuk menciptakan pengalaman berbelanja, yang pada akhirnya memberikan kepuasan pada konsumen. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Oematan dan Subagio (2015) dan Rorimpandey, *et al.* (2017) yang menyatakan ada pengaruh atmosfer kafe terhadap loyalitas pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan, yaitu atmosfer kafe berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Hasil pengujian ini membuktikan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap loyalitas pelanggan. Artinya bahwa harga yang meliputi harga produk sangat terjangkau, atmosfer kafe sesuai dengan harga yang ditawarkan, harga produk yang dijual di Warung kopi Cak Wang Jember dapat bersaing dengan café sejenis, porsi yang sesuai dengan harga yang ditetapkan Warung kopi Cak Wang Jember, berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dalam kehidupan bisnis, harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu

jasa. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pemasaran suatu produk. Tinggi rendahnya harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk, sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Dari kebiasaan para konsumen, strategi penetapan harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan. Hubungan antara harga dan loyalitas pelanggan diungkapkan pula oleh Swastha (2009:185), harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayannya. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk yang dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain bahwa tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Ekawati (2013), Pongoh (2013) dan Tomida dan Satrio (2016), yang menyatakan ada pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dan sesuai dengan hipotesis yang diajukan,

yaitu harga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Kesimpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Product diversity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik *product diversity* maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
2. Atmosfer kafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik atmosfer kafe maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil temuan ini berarti semakin baik harga maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

b. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Warung kopi Cak Wang Banyuwangi
 - a. Hendaknya perusahaan dalam upaya menjaga loyalitas pelanggan lebih menitikberatkan pada *product diversity*, atmosfer kafe, dan harga, sehingga diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggannya.
 - b. Adapun yang perlu diperhatikan oleh Warung kopi Cak Wang Banyuwangi terkait hasil penelitian meliputi:

- 1) *Product diversity* meliputi: menggunakan gelas dengan ukuran yang berbeda, menyediakan berbagai jenis kopi, menjual kopi dengan beragam bahan baku kopi dan menyajikan kopi dengan beragam desain.
 - 2) Atmosfer Kafe meliputi: bagian luar dan dalam dibuat lebih unik dan menarik, tata letak ruangan dibuat nyaman dan menampilkan pajangan yang memiliki ciri khas dan menarik.
 - 3) Harga meliputi: harus disesuaikan antara harga dengan atmosfer kafe maupun kualitas layanan yang diberikan, harga produk terjangkau dengan daya beli calon konsumen, harga produk yang ditawarkan harus dapat bersaing dengan harga di tempat lain, dan harga produk sudah sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan
2. Bagi penelitian sejenis
- Bagi peneliti yang tertarik melakukan penelitian sejenis diharapkan untuk mengobservasi dan mengeksplorasi lebih jauh mengenai permasalahan-permasalahan mengenai variabel penelitian yang terdapat pada Warung kopi Cak Wang Banyuwangi pada khususnya dan objek lain pada umumnya dengan menambah variabel-variabel lain seperti lokasi, cita rasa dan lainnya. Dengan hasil uji koefisien determinasi mempunyai nilai koefisien yang kecil, maka penelitian selanjutnya hendaknya menambahkan variabel lain seperti lokasi, cita rasa dan lainnya. Selain itu juga disarankan untuk mencoba metode kualitatif dalam mendapatkan data dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ekawati. 2013. Pengaruh keragaman produk dan harga terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada Toko Teguh Pasar Sumedang Cepokomulyo Kepanjen. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, Vol 1, No 1.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip, Roland Berger and Nils Bickhoff. 2006. *The Quintessence of Strategic Management*. Springer, New York.
- Marsum, A.W. 2005. *Restoran dan Segala Permasalahannya*. Edisi IV. Andi, Yogyakarta.
- McIlroy, A.S., & Barnett. 2000. Building Customer Relationships: Do Discount Cards Work? *Managing Service Quality Journal*, Vol. 10, No.6.
- Oematan, Chrestolano L.S. dan Hartono Subagio. 2015. Analisis pengaruh pelayanan pelanggan, atmosfer toko, periklanan dan promosi, lokasi toko, produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Ciputra World Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol 3, No 1.
- Pongoh, Melysa Elisabeth. 2013. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan

- Kartu As Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol.1 No.4.
- Randall, Taylor. 2008. *Satisfaction, A Behavioral Prespective on The Customer*. New York: Me Graw – Hill. Companis Inc
- Rorimpandey, Jenet Natasya, Jantje L. Sepang dan Fitty Valdi Arie. 2017. Analisis pengaruh store atmosphere dan keanekaragaman produk terhadap loyalitas konsumen di Café Black Cup Coffee & Roastery. *Jurnal EMBA*, Vol 5, No 2.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Tomida, Merinda dan Budhi Satrio. 2016. Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol 5, No 7.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.