

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM),  
KENYAMANAN CAFÉ DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI MUTIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Pada Program Studi Manajemen



Oleh:

**ANANDA BAYU SETIAWAN**

2212010259

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2024**

Skripsi oleh:

**ANANDA BAYU SETIAWAN**

NPM: 2212010259

Judul:

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM),  
KENYAMANAN CAFÉ DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI MUTIA**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: \_\_\_\_\_ 2024

Pembimbing I



**Edy Djoko S, S.E, M.M**  
NIDN. 0715106203

Pembimbing II



**Rino Sardanto, M.Pd**  
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh:

**ANANDA BAYU SETIAWAN**

NPM: 2212010259

Judul:

**PENGARUH *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* (CRM),  
KENYAMANAN CAFÉ DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA KEDAI MUTIA**

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Pada Tanggal \_\_\_\_\_ 2024

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

1. Ketua : Edy Djoko S, S.E, M.M
2. Penguji I : Rony Kurniawan, M.M
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd



Mengetahui

Dekan FEB



**Dr. Amin Tohari, M.Si**  
NIDN: 0715078102

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya

Nama : Ananda Bayu Setiawan

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat/tgl.lahir : Nganjuk/06 April 2000

NPM : 2212010259

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri,.....2024

Yang Menyatakan



**Ananda Bayu Setiawan**

NPM. 2212010259

## MOTTO

“Life is too short to argue. You just need to say "*nggih pun, mboten nopo-nopo*" and move on with your life.”

## PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Puji dan Ibu Siti Rokayah atas dukungan, motivasi, dan doa yang tak terhingga.
2. Kakak-kakak saya beserta pasangannya masing-masing yang selalu menjadi *supporter* saya.
3. Kawan-kawan Nyawiji Official yang menjadi tempat berkeluh kesah sekaligus penyemangat.
4. Keluarga yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas jasa dan dorongannya dan teman teman yang berpengaruh selama ini.

## Abstrak

**Ananda Bayu Setiawan:** Pengaruh *Customer Relationship Management*, Kenyamanan Café, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Mutia, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata Kunci: *Customer Relationship Management*, Kenyamanan Cafe, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

Industri café saat ini semakin marak diminati oleh pelaku-pelaku bisnis yang mengakibatkan persaingan bisnis café semakin ketat dan tidak dapat di prediksi secara rasional. Untuk menghadapi ketatnya persaingan pada industri café saat ini, para pelaku bisnis café perlu menerapkan sebuah strategi untuk menjaga agar bisnis café tersebut dapat tetap bertahan, yakni dengan cara menjaga loyalitas pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *customer relationship management* (CRM), kenyamanan cafe dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang dilakukan pada cafe Kedai Mutia dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini merupakan pelanggan dari kedai mutia dan menggunakan sampel sebanyak 63 responden. Menggunakan teknik analisis data dengan analisis regresi linier berganda yang dilakukan dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *customer relationship management* dan kenyamanan cafe secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kedai Mutia. Namun kepuasan pelanggan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan pada Kedai Mutia. Secara simultan *customer relationship management* (CRM), kenyamanan cafe dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Kedai Mutia.

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini merupakan tugas akhir sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Penyelesaian penyusunan skripsi ini tentunya tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meiliana, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Bapak Edy Djoko S, S.Pd, M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan dengan baik dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Rino Sardanto, M.M selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan dengan baik dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas dedikasinya selama ini.

7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah berkontribusi membantu penulis dalam menyusun skripsi ini

Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum sempurna dan masih ada kekurangan. Maka segala kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, \_\_\_\_\_

**ANANDA BAYU SETIAWAN**

NPM. 2212010259



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah .....	7
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Teori .....	10
1. Loyalitas Pelanggan.....	10
a. Definisi Loyalitas Pelanggan .....	10
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan .....	11
c. Indikator-indikator loyalitas pelanggan .....	16
2. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	17
a. Definisi <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	17
b. Tahapan <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	18
c. Indikator <i>Customer Relationship Management (CRM)</i> .....	19
3. Kenyamanan Café.....	21

a. Definisi Kenyamanan Café .....	21
b. Indikator Kenyamanan Café .....	22
4. Kepuasan Pelanggan .....	24
a. Definisi Kepuasan Pelanggan .....	24
b. Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	25
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	26
B. Kajian Terdahulu.....	27
C. Kerangka Perfikir.....	30
D. Kerangka Konseptual.....	31
E. Hipotesis.....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Variabel Penelitian.....	34
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian .....	39
C. Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
D. Populasi dan Sample .....	40
E. Instrumen Penelitian.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data .....	49
G. Teknik Analisis Data .....	50
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	57
B. Deskripsi Data Variabel .....	60
C. Analisis Data .....	71
D. Pengujian Hipotesis .....	79
E. Pembahasan .....	82
<b>BAB SIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Simpulan .....	87
B. Saran.....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Kompetitor Kedai Mutia.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Skala Linkert pada Pertanyaan Tertutup.....	42
Tabel 3.2 Kisi-kisi Kuesioner .....	42
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	60
Tabel 4.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan .....	61
Tabel 4.4 Deskripsi Variabel <i>Customer Relationship Management</i> .....	63
Tabel 4.5 Deskripsi Variabel Kenyamanan Café.....	65
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan .....	69
Tabel 4.7 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov test</i> .....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	74
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas Variabel X1 .....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas Variabel X2 .....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Linearitas Variabel X3 .....	75
Tabel 4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	77
Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi .....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	81

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Suasana Café Kedai Mutia .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Kedai Mutia.....	58
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokesdastisitas .....	76

**DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	97
Lampiran 3 Data <i>Output</i> SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas .....	103
Lampiran 4 Data <i>Output</i> SPSS Uji Normalitas.....	107
Lampiran 5 Data <i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas .....	108
Lampiran 6 Data <i>Output</i> SPSS Uji Linearitas.....	108
Lampiran 7 Data <i>Output</i> SPSS Uji Heterokedastisitas.....	109
Lampiran 8 Data <i>Output</i> SPSS Hasil Koefisien Determinasi .....	109
Lampiran 9 Data <i>Output</i> SPSS Hasil Regresi Linier Berganda.....	109
Lampiran 10 Data <i>Output</i> SPSS Hasil Uji T.....	110
Lampiran 11 Data <i>Output</i> SPSS Hasil Uji F.....	110
Lampiran 12 Surat Izin Penelitian.....	111
Lampiran 13 Dokumentasi Penelitian.....	112
Lampiran 14 Suasana Café Kedai Mutia .....	112

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi saat ini, industri café semakin marak diminati oleh pelaku-pelaku bisnis yang mengakibatkan persaingan bisnis café semakin ketat dan tidak dapat di prediksi secara rasional. Para pelaku bisnis pada industri café melakukan berbagai cara untuk mempertahankan usaha café mereka agar dapat bersaing dan tidak tertinggal oleh para kompetitornya. Ketatnya persaingan industri café saat ini mengakibatkan pemilik café harus dapat mempertimbangkan banyak aspek selain produk yang dijual. Pertimbangan-pertimbangan tersebut dilakukan guna mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan meyakinkan pelanggan bahwa café tersebut adalah yang terbaik .

Untuk menghadapi ketatnya persaingan pada industri café saat ini, para pelaku bisnis café perlu menerapkan sebuah strategi untuk menjaga agar bisnis café tersebut dapat tetap bertahan, yakni dengan cara menjaga loyalitas pelanggan. Menurut (Afriana & Sulistyawati, 2018) Loyalitas pelanggan merupakan suatu wujud kesetiaan pelanggan yang berkaitan dengan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa. Salah satu wujud kesetiaan pelanggan dan kepercayaan terhadap suatu produk atau jasa diekspresikan oleh pelanggan dengan melakukan pembelian/pemesanan secara berulang pada sebuah produk atau jasa dari perusahaan yang sama. Terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Salah satu faktor tersebut adalah dengan memperhatikan manajemen hubungan pelanggan atau *customer relationship management* (CRM).

*Customer relationship management* (CRM) merupakan suatu pendekatan bisnis yang berbasis pada pengolahan hubungan atau relasi dengan pelanggan, strategi bisnis yang memadukan proses antara manusia dan teknologi (Anwar et al., 2022). CRM dapat menjadi strategi bagi pelaku usaha untuk mengetahui dan menganalisa perilaku konsumen atau pelanggannya. Dengan menggunakan strategi CRM, diharapkan pelaku bisnis dapat berkomunikasi dan membangun hubungan baik dengan pelanggannya sehingga pelanggan dapat merasakan bahwa pelaku usaha tidak hanya berfokus pada penjualan suatu produk dengan kualitas yang baik, tetapi juga dapat merealisasikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Apriyanto & Fadilla, 2023) pada Chocoffekir di Kota Karawang menyatakan bahwa *customer relationship management* (CRM) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 52,3%. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Wijaya & Sahetapy, 2019) pada Kafe Damgo Makasar juga mengungkapkan bahwa *customer relationship management* (CRM) secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Selain dengan memperhatikan *Customer Relationship Management* (CRM), kenyamanan café juga menjadi faktor dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kenyamanan café dapat tercipta karena adanya pengelolaan *store atmosphere* atau suasana toko yang baik. Pelanggan akan

tertarik untuk mengunjungi suatu *café* suasana dan kenyamanan pada *café* tersebut dikelola dengan baik. Suasana *café* merupakan salah satu faktor penunjang bisnis *café* dimana *atmosphere* yang ada dan tercipta membuat konsumen merasa berbeda untuk setiap *café* yang mereka datangi. Suasana *café* yang tercipta melalui eksterior, interior, suara musik dan penerangan ruangan yang pada akhirnya membentuk perasaan nyaman yang dapat dirasakan konsumen (Tawakkal et al., 2021). Pada penelitian (Afriana & Sulistyawati, 2018) yang dilakukan pada Lucid *Café* Surabaya menyatakan bahwa suasana *café* yang nyaman berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Mea & Laga, 2020) pada Mokka Coffee Ende juga mengungkapkan bahwa *café* memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Faktor lain yang dapat menjaga loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Dengan memastikan pelanggan merasa puas terhadap apa yang disediakan dapat menimbulkan minat bagi pelanggan untuk berkunjung kembali. Menurut Reichheld & Sasser dalam (Hanny & Krisyana, 2022) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan bertindak sebagai faktor dasar loyalitas pelanggan yang meningkatkan pengulangan pembelian dan membantu penyebaran mulut ke mulut yang lebih positif. Sedangkan menurut Umar dalam (Cahyo et al., 2022) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya seorang konsumen. Pada penelitian (Hanny & Krisnaya, 2020) yang dilakukan pada *café* di Batam mengatakan



bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada Kedai Mutia yang bergerak pada industri *food and beverage*. Hal yang membuat penulis tertarik melakukan penelitian pada Kedai Mutia dikarenakan Kedai Mutia mampu mempertahankan pelanggannya dengan menerapkan strategi *customer relationship management* (CRM) secara sederhana yakni dengan berkomunikasi dan berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial. Meskipun demikian, Kedai Mutia dapat bersaing dengan kompetitor yang berada di sekitarnya yang juga bergerak pada industri *food and beverage*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis, berikut adalah bompetitor yang berada disekitar Kedai Mutia.

**Tabel 1.1**

**Data Kompetitor Kedai Mutia**

<b>Nama Café</b>	<b>Alamat</b>
Kaeto Kopi	Jl. Duku, Pelem, Kertosono
Koffie Corner	Jl. Ahmad Yani No. 16, Pelem, Kertosono
Rayya Cafe	Jl. Ahmad Yani No. 85, Pelem, Kertosono
Keyf Coffee	Jl. Apel, Pelem, Kertosono
Kedai Mutia	Jl. Ahmad Yani No. 138, Pelem, Kertosono

*Sumber : Hasil Observasi 2023*

Berdasarkan Tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat persaingan bisnis café di sekitar Kedai Mutia. Meskipun menerapkan *Customer Relationship Management (CRM)* secara sederhana, Kedai Mutia mampu bersaing dengan kompetitornya karena Kedai Mutia memiliki *café atmosphere* yang cukup nyaman..

Selain itu Pada Kedai Mutia kenyamanan café merupakan hal penting yang perlu dijaga dan dikelola dengan baik. Pengelolaan kenyamanan café tersebut dilakukan dengan cara mengatur suasana café dengan menambah beberapa ornamen lukisan pada dinding, hiasan, penerangan dengan cahaya yang hangat, dan memutar musik yang sedang *trend* saat ini.



**Gambar 1.1**  
**Suasana Café Kedai Mutia**  
*Sumber: Google Maps*

Berdasarkan Gambar 1.1 diatas dapat dilihat bahwa Kedai Mutia terbagi menjadi dua bagian, yakni *semi-indoor* dan *outdoor*. Pada bagian *semi-indoor* pada Kedai Mutia mengusung konsep minimalis yang dikombinasikan dengan gaya *vintage* atau klasik dimana konsep tersebut

juga banyak diterapkan pada café-café lainnya. Sedangkan pada bagian *outdoor*, mengusung konsep minimalis modern yang ditempatkan pada bagian *rooftop* Kedai Mutia sehingga pengunjung dapat menikmati suasana sambil menikmati makanan atau minuman. Dengan adanya dua bagian café tersebut pengunjung akan merasakan suasana yang berbeda. Kedai Mutia cenderung memberikan efek ketenangan yang dapat dirasakan melalui pencahayaan yang terang namun tidak menyilaukan, warna lampu yang hangat, pemberian tanaman hidup, serta alunan musik yang diputar. Ditambah lagi pada Kedai Mutia sering mengadakan *event live music* sebagai fasilitas tambahan untuk menghibur pelanggan.

Hal penting lainnya yang mampu menjaga loyalitas pelanggan yakni pemilik harus bisa menyajikan baik itu produk, pelayanan, harga, dan sebagainya melebihi apa yang diharapkan pelanggannya. Dengan begitu tingkat kepuasan konsumen pada Kedai Mutia akan meningkat dan semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, semakin menguntungkan bagi Kedai Mutia karena pelanggan yang merasa puas akan berkunjung kembali dan akan menyarankan orang lain untuk berkunjung kesana. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi persaingan di sekitar Kedai Mutia. Hal tersebut mengharuskan Kedai Mutia untuk dapat memberikan yang terbaik kepada pelanggannya. Dengan bertahannya Kedai Mutia saat ini dapat dikatakan bahwa pelanggan merasa puas dengan apa yang disajikan Kedai Mutia.

Dari berbagai fenomena yang ditemui pada Kedai Mutia seperti yang dijelaskan diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Customer Relationship Management* (CRM), Kenyamanan Café, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Mutia”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi permasalahan yang terjadi sebagai berikut :

1. Penerapan *Customer Relationship Management* (CRM) pada Kedai Mutia terbilang sederhana namun dapat bersaing dengan kompetitornya dan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
2. Tingkat kenyamanan café pada Kedai Mutia menjadikan Kedai Mutia salah satu café yang nyaman sehingga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.
3. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi pada Kedai Mutia sehingga mampu bersaing dengan kompetitor dna dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## **C. Batasan Masalah**

Untuk mencegah terjadinya pelebaran masalah dalam melakukan penelitian, maka penulis perlu membatasi variabel yang akan diteliti. Pembatasan variabel tersebut dilakukan dengan hanya meneliti variabel tentang *Customer Relationship Management* (CRM), kenyamanan café, dan loyalitas pelanggan pada Kedai Mutia di Jl. Ahmad Yani No. 138 Desa Pelem, Kecamatan Kertosono, Kabupaten Nganjuk.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah diatas maka dapat diuraikan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah *customer relationship management* (CRM) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara parsial pada Kedai Mutia ?
2. Apakah kenyamanan café berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada secara parsial Kedai Mutia ?
3. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada secara parsial Kedai Mutia ?
4. Apakah *customer relationship management* (CRM), kenyamanan café, dan loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan secara simultan pada Kedai Mutia ?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh *customer relationship management* (CRM) terhadap loyalitas pelanggan secara parsial pada Kedai Mutia.
2. Untuk mengetahui adapnya pengaruh kenyamanan parsial terhadap loyalitas pelanggan café secara pada Kedai Mutia.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara parsial pada Kedai Mutia.

4. Untuk mengetahui adanya pengaruh *customer relationship management* (CRM), kenyamanan café dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan pada Kedai Mutia.

#### **F. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan, pemahaman, dan informasi dalam bidang manajemen pemasaran mengenai *customer relationship management* (CRM), kenyamanan café dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan penelitian ilmiah untuk kepentingan akademik lainnya.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penulisan ilmiah atau penelitian selanjutnya dan sebagai pertimbangan dalam penentuan strategi pemasaran pada pengambilan keputusan mengenai *customer relationship management* (CRM), kenyamanan café dan kepuasan pelanggan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada sebuah café.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, A. E., & Sulistyawati, L. (2018). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Cafe (Studi Pada Pelanggan Ludic Cafe Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(May), 884–897. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Akbar, Rufman Iman. (2021) Manajemen Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship Management*). Yogyakarta; Yayasan Sahabat Alam Rafflesia
- Anwar, R. S., Ikhwan, S., & Khojin, N. (2022). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Kedai Kopi He Kafei). *AURELIA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(1), 88–95. <https://doi.org/10.57235/aurelia.v1i1.34>
- Apriyanto, Arif., & Fadilla, Syifa Pramudita. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Pelanggan Chocoffekir di Karawang. Madani: *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, Vol. 1, No. 5
- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Bagasworo, W. (2017). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Customer Loyalty Melalui Customer Satisfaction (Studi pada Konsumen di Tanamera Cafe Jakarta). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 3(2), 89. <https://doi.org/10.35384/jemp.v3i2.205>
- Bagasworo, W., & Hardiani, V. (2016). Pengaruh Customer Relationship Management dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 2(3), 110. <https://doi.org/10.35384/jemp.v2i3.109>
- Banat, A., & Wandebori, H. S. T. (2012). Store Design And Store Atmosphere Effect On Customer Sales Per Visit Economics. *Management and Behavioral Sciences*, 84-89.
- Cahyo, A. S. T., Tulhusnah, L., & Prमितasari, T. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Cafe and Resto Azalea. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(6), 1234. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2174>
- Chiou, M. R., Chao, S. L., & Hsieh, H. Y. (2020). The Moderating Role of Service Recovery on Customer Loyalty in the Context of Cruise Passengers. *Maritime Policy and Management*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/03088839.2020.1742396>

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi 5. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016) *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Edisi 9. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hanny, H., & Krisyana, K. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 1115–1129. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.703>
- Hasan, Ali. (2014). *Marketing Dan Kasus - Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Khokhar, Z., & Khokhar, R. (2020). Influential Factors on Customer Loyalty of La Moosh (Café), Hyderabad, Pakistan: An Empirical Approach. *Journal of Economics, Management and Trade*, 26(2), 15–25. <https://doi.org/10.9734/jemt/2020/v26i230224>
- Kotler, P. dan G. Armstrong. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jilid 1. Indeks. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2012). *Customer Relationship Management: Concept, Strategy, and Tools*. Springer.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Selemba Empat.
- Mea, Maria H. C. D., & Laga, Yulius. (2021) Pengaruh Relationship Marketing, Suasana Kafe, Dan Kepuasan Pengunjung Terhadap Loyalitas Pelanggan Mokka Coffee Ende. *Jurnal MEBIS (Manajemen dan Bisnis)*, Vol. 5, No. 2
- Minar, D., & Safitri, A. (2017). Brand image and product quality on customer loyalty (Survey in Cekeran Midun). *Trikonomika*, 16(1), 43-50.
- Pangestuty, I. (2017). *Suasana Toko, Kenyamanan Toko, Dan Merchandise Toko Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Tip Top Swalayan*
- Pertiwi, D. K., Rahadhini, M. D., Rahadhini, M. D., Susanti, R., & Susanti, R. (2020). ANALISIS PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN KEDEKATAN EMOSIONAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI (Survei pada Pelanggan O'Pallet Cafe Boyolali). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 20(1), 1–14. <https://doi.org/10.33061/jeku.v20i1.4362>



- Purnomo, A. K. (2017). Pengaruh Cafe Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian Gen Y pada Old Bens Cafe. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 16(2), 133. <https://doi.org/10.28932/jmm.v16i2.384>
- Ramadhini, N. S. (2022). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN E-COMMERCE SHOPEE PADA JASA PENGIRIMAN BARANG SICEPAT HALU DI JAKARTA*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIE) Jakarta.
- Robinette, S & Brand C., (2011), *Emotion Marketing: The Hallmark Way of Winning Customers for Life*. New York: The Free Press.
- Sanusi, Anwar. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sazly, S. (2018). Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction dan Customer Loyalty (Studi Kasus Pada LP3I Karang Tengah, Tangerang). *Widya Cipta*, 2(2), 285–293. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Setiawan, F. B., Udayana, I. B. N., & Maharani, B. D. (2023). Analisis Pengaruh Store Atmosphere, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Basabasi Yogyakarta. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 470. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.742>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2019). *Manajemen dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta:CAPS.
- Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 384. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11149>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta:Andi.
- Tunggal, A. W. (2008). *Dasar-Dasar Customer Relationship Management (CRM)*. Harvindo.

- Wardhani, F. K., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh Store Atmosphere dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Pada Pelanggan Coffee Shop Rustic Market Surabaya. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 5(1), 510–521.
- Wijaya, B. S., & Sahetapy, W. L, . (2019) Analisis Pengaruh Customer Relationshipmanagement Terhadap Customer Satisfaction Serta Customer Loyalty (Studi Pada Kafe Damgo Makassar). *Agora*, vol. 7, no. 1.