

ABSTRAK

UMKM merupakan salah satu pilar penting dalam pertumbuhan ekonomi, yang berpotensi untuk menggerakkan kegiatan ekonomi. Salah satu UMKM yang saat ini menghadapi ketatnya persaingan adalah usaha Cafe. Persaingan bisnis yang semakin kompetitif, menuntut setiap perusahaan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Tujuan loyalitas pelanggan yaitu untuk memprediksi pertumbuhan penjualan, meningkatkan kinerja keuangan serta memperlancar kelangsungan hidup perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan secara parsial maupun simultan terhadap Loyalitas Pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Pengambilan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner dengan menggunakan sampel Pelanggan Muslim Cafe Bintang Sanga yang berjumlah 96 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji instrument, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Aplikasi olah data yang digunakan yaitu IBM SPSS v. 25. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. Fasilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. Kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. Hasil uji F menyatakan bahwa variabel produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga. Hasil uji koefisien determinasi parsial (r^2) menyatakan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Muslim pada Cafe Bintang Sanga adalah kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan Muslim

ABSTRACT

MSMEs are one of the important pillars in economic growth, which has the potential to drive economic activity. One of the MSMEs that is currently facing intense competition is the Cafe business. Increasingly competitive business competition requires every company to maintain customer loyalty. The purpose of customer loyalty is to predict sales growth, improve financial performance and facilitate company survival. This study aims to determine how the variables of Product, Facility, and Service Quality partially or simultaneously affect Muslim Customer Loyalty at Cafe Bintang Sanga. This research is a type of quantitative research. Data collection uses primary data sources and secondary data. The data collection technique used was the distribution of questionnaires using a sample of 96 respondents of Muslim customers of Cafe Bintang Sanga. The data analysis techniques used are instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, hypothesis testing, and determination coefficient test. The data processing application used is IBM SPSS v. 25. The results of this study state that the product (X1) has a significant effect on Muslim customer loyalty at Cafe Bintang Sanga. Facilities (X2) have no significant effect on Muslim customer loyalty at Cafe Bintang Sanga. Service quality (X3) has a significant effect on Muslim customer loyalty at Cafe Bintang Sanga. The results of the F test state that the variables of products, facilities, and service quality simultaneously affect Muslim customer loyalty at Cafe Bintang Sanga. The partial determination coefficient test results (r^2) state that the independent variable that has the most influence on Muslim customer loyalty at Cafe Bintang Sanga is service quality.

Keywords: Products, Facilities, Service Quality, Muslim Customer Loyalty