

Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Cafe Tepian Laut Merak

Monica Septiani^{1*}, Suhroji Adha², Hero Wirasmara Kusuma³

¹⁻³Universitas Faletehan, Indonesia

monicaseptiani15@gmail.com¹, suhroji90@gmail.com², hwirasmara@gmail.com³

Alamat Kampus: Jl. Raya Cilegon Pelamunan, Kec. Kramatwatu, Kabupaten Serang, Banten

Korespondensi penulis: monicaseptiani15@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the influence of facilities and service quality on customer loyalty at Café Tepian Laut Merak. The research employed a quantitative approach with a total sample of 100 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed to customers who had visited the café. The data analysis was conducted using SPSS version 22, which included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, partial linear regression analysis, and multiple linear regression analysis. The results showed that the facility variable (X1) had a positive and significant effect on customer loyalty (Y), indicating that better facilities contribute to higher customer loyalty. Likewise, the service variable (X2) also had a positive and significant effect on customer loyalty, suggesting that high-quality service enhances customer satisfaction and loyalty. Simultaneously, both facilities and service quality significantly influence customer loyalty at Café Tepian Laut Merak. These findings highlight the importance of improving both physical facilities and service quality as key strategies to maintain and increase customer loyalty in the competitive culinary business sector.*

Keywords: *Facilities, Services, Customer Loyalty, Merak Seaside Café.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Café Tepian Laut Merak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dipilih melalui metode purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah berkunjung ke café tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22 melalui serangkaian uji, antara lain uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier parsial, serta analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y), yang berarti semakin baik fasilitas yang disediakan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan. Selain itu, variabel pelayanan (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan kepuasan dan kesetiaan pelanggan. Secara simultan, fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Café Tepian Laut Merak. Temuan ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas fasilitas dan pelayanan sebagai strategi utama dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di sektor usaha kuliner.

Kata kunci: Fasilitas, Pelayanan, Loyalitas Pelanggan, Café Tepian Laut Merak.

1. LATAR BELAKANG

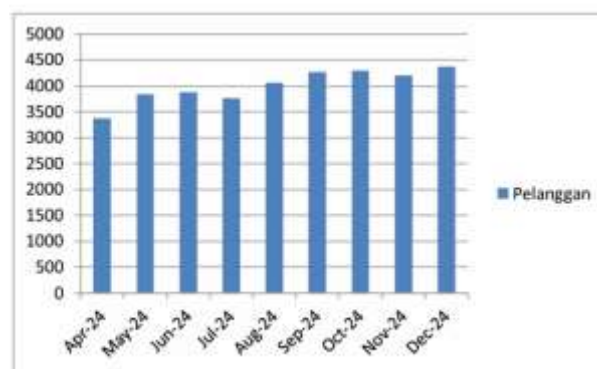
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik individu atau badan hukum dengan kriteria terbatas seperti jumlah karyawan, skala, dan omzet kecil, serta modal minim (Noriska & Tineka, 2023). Di Indonesia, UMKM berperan vital dalam pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta inovasi di berbagai sektor.

Perkembangan ekonomi Indonesia menciptakan persaingan ketat, dengan ekspektasi konsumen yang tinggi terhadap produk, fasilitas, dan pelayanan (Azzrullah, 2020). Sektor kuliner berkembang pesat, mencerminkan keragaman kebutuhan konsumen, tetapi menghadapi

kompetisi sengit. Kuliner kini berfungsi sebagai ruang rekreasi untuk bersantai dan melepas rutinitas, dengan faktor penentu seperti kebersihan, kenyamanan, fasilitas, pelayanan, dan akses mudah (Tresnawati & Prasetyo, 2022; Reza et al., 2022). Pelaku UMKM kuliner harus menjaga keberlangsungan usaha sesuai visi dan tujuan.

Kota Cilegon, Banten, sebagai pusat industri kimia (Kota Baja), memiliki potensi rekreasi seperti cafe yang marak bagi pekerja dan remaja (Keiko Hubbansyah et al., 2023). Di Kecamatan Pulomerak (Merak), fasilitas seperti cafe berkembang, termasuk Cafe Tepian Laut Merak di Jl. Yos Sudarso, dekat Pelabuhan dan Stasiun Merak. Cafe ini menawarkan view laut, tempat duduk indoor/outdoor, operasional harian pukul 11.00–23.00 WIB dengan live music akhir pekan, serta menu makanan ringan (kentang goreng, pisang goreng keju, dll.) dan minuman (coffee latte, mocha, dll.).

Cafe ini favorit milenial dan Gen Z berkat desain nyaman dan suasana santai. Lonjakan permintaan cafe di Pulomerak mendorong UMKM meningkatkan infrastruktur dan pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan, memperkuat daya saing, dan diversifikasi ekonomi lokal (Amelia & Safitri, 2021). Berikut grafik data pelanggan Cafe Tepian Laut Merak selama 9 bulan tahun 2024.



Gambar 1 Grafik Data Pelanggan Cafe Tepian Laut Merak Selama 9 Bulan (April-Desember) Tahun 2024

Grafik pertumbuhan pelanggan di Cafe Tepian Laut Merak menunjukkan tren yang kurang signifikan, dengan fluktuasi kenaikan dan penurunan dari bulan ke bulan. Berdasarkan observasi peneliti, jumlah pelanggan harian berkisar 100–200 orang, dengan kedatangan bergantian sepanjang jam operasional pukul 11.00–23.00 WIB. Kunjungan terbanyak terjadi pada malam hari, mencapai puncak di akhir pekan, saat pelanggan memanfaatkan waktu tersebut untuk bersosialisasi dengan teman atau keluarga. Cafe ini menjadi pilihan nyaman untuk menghabiskan waktu bersama orang terdekat.

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai perilaku pembelian berulang dari pelanggan tetap yang terus menggunakan produk atau jasa dari waktu ke waktu (Griffin, 2005). Untuk mempertahankannya, perusahaan harus menjaga kualitas yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Faktor utama yang mendukung loyalitas adalah pelayanan, yang merupakan kegiatan atau jasa yang dialami dan dirasakan oleh penerima, dievaluasi berdasarkan perbandingan antara persepsi dan harapan konsumen (Dahlan, 2023; Tjiptono, 2001). Kualitas pelayanan dinilai baik jika sesuai harapan, sangat baik jika melebihi, dan buruk jika kurang, memengaruhi kepuasan dan kesetiaan (Atmaja, 2018; Monica & Yusrizal, 2023). Penelitian menunjukkan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, seperti pada rumah kost di Surabaya Barat (Stanley & Sidharta, 2023).

Selain pelayanan, fasilitas merupakan faktor krusial sebagai sumber daya fisik pendukung jasa, mencakup desain interior/eksterior, kebersihan, tempat duduk nyaman, Wi-Fi gratis, parkir luas, toilet bersih, dan ruangan ber-AC, yang memperkaya pengalaman pelanggan di cafe (Tjiptono, 2014; Alana & Putro, 2020). Fasilitas berpengaruh positif terhadap loyalitas, sebagaimana terbukti pada usaha roti bakar di Kutabumi Tangerang (Esha & Pratama, 2021).

Pemasaran juga esensial, melibatkan identifikasi kebutuhan pelanggan dengan produk berkualitas dan harga kompetitif melalui strategi ekonomis, efisien, dan efektif. Audit manajemen diperlukan untuk mengevaluasi kinerja pemasaran guna menghindari kerugian penjualan (Werdayanti, 2023).

Di Cafe Tepian Laut Merak, masalah serupa dengan Patra Semarang Hotel & Convention (Muhammad Nurhadi, 2022) teridentifikasi, yaitu kualitas pelayanan kurang maksimal—seperti rasa makanan tidak konsisten akibat kurangnya keterampilan karyawan dan responsivitas rendah (misalnya, kesalahan pencatatan pesanan)—serta fasilitas tidak memadai, termasuk kursi/meja tidak proporsional menyebabkan ketidaknyamanan, Wi-Fi lambat yang mengganggu pekerja/mahasiswa, kurangnya stopkontak, absennya pagar pengaman di tepi laut untuk keselamatan anak, dan toilet unisex yang mengurangi privasi. Masalah ini berpotensi menurunkan loyalitas pelanggan jika tidak diatasi. Berdasarkan latar belakang tersebut yang terkait dengan Fasilitas Dan Pelayanan maka peneliti tertarik memilih judul penelitian yaitu “PENGARUH FASILITAS DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CAFE TEPIAN LAUT MERAK”.

2. KAJIAN TEORITIS

Bagian Research Gap pada penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Esha & Pratama, 2021) variabel fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

loyalitas pelanggan roti bakar 88 kutabumi tanggerang. Dengan judul pengaruh inovasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan roti bakar 88 kutabumi Tangerang tangerang. Sejalan dengan (Stanley & Sidharta, 2023) Variabel Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah kost Surabaya Barat dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan rumah kost Surabaya barat. Menurut (Muhammad Nurhadi, 2022). Patra Semarang Hotel & Convention menghadapi permasalahan kualitas pelayanan yang kurang memenuhi atau tidak melebihi yang diharapkan dan fasilitas kurang memadai.

3. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019) yang diartikan sebagai pendekatan penelitian yang menyajikan data dalam bentuk angka dan menganalisisnya dengan menggunakan metode statistik yang relevan. Sifat pada penelitian ini adalah asosiatif. populasi yang digunakan adalah para pelanggan yang mengunjungi café tepian laut merak dari bulan April hingga Desember 2024 yang sebanyak 36.043 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*, menjadi 100 sampel fokus utama adalah pada gejala gejala yang dimiliki karakteristik tertentu dalam kehidupan manusia, yang disebut sebagai variabel. Variabel yang ada di penelitian ini variabel fasilitas (X1) pelayanan (X2) dan loyalitas pelanggan (Y).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2019) uji validitas dilakukan untuk menghitung korelasi antara skor setiap pertanyaan dengan skor total, menggunakan rumus korelasi product moment. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pernyataan pernyataan yang ada dalam kuesioner. Peneliti mengambil 100 responden, kemudin deegree of freedom (df) $n-2$, jadi $df= 100-2 = 98$ adalah 0,196.

Tabel 1 Uji Validitas

Variabel	Rhitung	Rtabel	Sign	Keterangan
Fasilitas (X1)	0,659	0,196	0,000	Valid
	0,750	0,196	0,000	Valid
	0,730	0,196	0,000	Valid
	0,716	0,196	0,000	Valid
	0,645	0,196	0,000	Valid
	0,617	0,196	0,000	Valid
	0,742	0,196	0,000	Valid

	0,737	0,196	0,000	Valid
	0,715	0,196	0,000	Valid
	0,818	0,196	0,000	Valid
Pelayanan (X2)	0,719	0,196	0,000	Valid
	0,640	0,196	0,000	Valid
	0,589	0,196	0,000	Valid
	0,650	0,196	0,000	Valid
	0,656	0,196	0,000	Valid
	0,696	0,196	0,000	Valid
	0,828	0,196	0,000	Valid
	0,790	0,196	0,000	Valid
	0,610	0,196	0,000	Valid
	0,774	0,196	0,000	Valid
Loyalitas Pelayanan (Y)	0,796	0,196	0,000	Valid
	0,837	0,196	0,000	Valid
	0,586	0,196	0,000	Valid
	0,703	0,196	0,000	Valid
	0,599	0,196	0,000	Valid
	0,727	0,196	0,000	Valid
	0,806	0,196	0,000	Valid
	0,790	0,196	0,000	Valid
	0,765	0,196	0,000	Valid
	0,723	0,196	0,000	Valid

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dapat dinyatakan valid. Hal tersebut disimpulkan karena masing-masing dari item tersebut memiliki nilai Rhitung lebih besar dari Rtabel sama dengan 0,196. Demikian dapat dikatakan bahwa semua item pernyataan ini memiliki validitas yang baik sehingga dapat dilakukan anallisis lebih lanjut.

B. Uji Reabilitas

Menurut (Ghozali dalam Syahri Bunsu Farizk, *et al* 2022) “Reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 2 Output Uji Realibilitas Variabel Fasilitas (X1)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Interprestasi Realibilitas
.891	10	Tinggi

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Dari tabel output diatas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Fasilitas (X1) adalah 0,891 yang lebih besar dari 0,60 maka makna nya realibilitas tersebut tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) yang diteliti reliabel.

Tabel 3 Output Uji Realibilitas Variabel Pelayanan (X2)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Interprestasi Realibilitas
.879	10	Tinggi

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Dari tabel output diatas, terlihat bahwa nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Pelayanan (X2) adalah 0,879 yang lebih besar dari 0,60 maka makna nya reliabilitas tersebut tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Pelayanan (X2) yang diteliti reliabel.

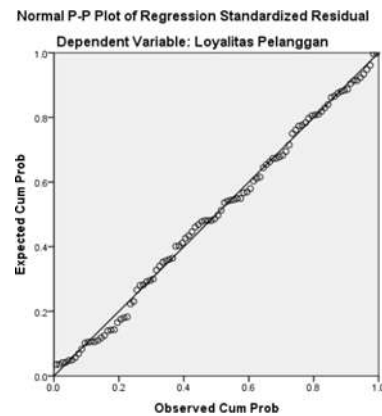
Tabel 4 Output Uji Realibilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Interprestasi Realibilitas
.906	10	Sangat Tinggi

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Dari tabel output diatas, terlihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Loyalitas Pelanggan (Y) adalah 0,906 yang lebih besar dari 0,60 maka makna nya realibilitas tersebut sangat tinggi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan (Y) yang diteliti reliabel.

C. Uji Normalitas



Gambar 2 P.P Plot Normalitas

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Gambar diatas menggunakan grafik P.P Plot yang hasil nya berdistribusi normal dikarenakan memiliki sebaran titik mengikuti garis diagonal, maka layak untuk melanjutkan pengujian selanjutnya.

D. Uji Multikolinearitas

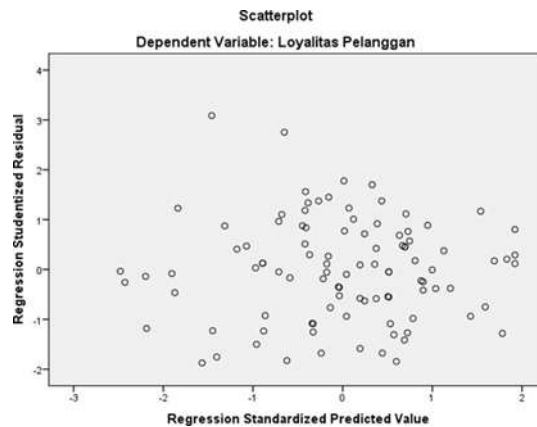
Tabel 5 Output Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.184	3.344		1.550	.124		
	Fasilitas	.514	.116	.493	4.417	.000	.429	2.332
	Pelayanan	.289	.134	.241	2.154	.034	.429	2.332
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan								

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Berdasarkan hasil pengujian di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai tolerance sebesar $0,429 > 0,1$ serta nilai VIF sebesar $2,332 < 10$ mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada variabel Fasilitas (X1). Dan kesimpulan dari variabel Pelayanan (X2) memiliki nilai tolerance sebesar $0,429 > 0,1$ serta nilai VIF sebesar $2,332 < 10$ mengindikasikan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada variabel pelayanan (X2).

E. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3 Output Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

Berdasarkan gambar di atas, menunjukkan bahwa sebaran titik-titik residual bersifat acak tanpa pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

F. Uji Regresi Linier Sederhana

Menurut (Ghozali, 2018) analisis regresi sederhana merupakan metode yang digunakan untuk mengevaluasi hubungan linier antara satu variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Berikut Rumus yang digunakan: $Y = \alpha + \beta x + e$

a) Uji Regresi Linier Sederhana Fasilitas (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 6 Output Uji Regresi Linier Sederhana Fasilitas (X1) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.136	2.847		3.209	.002
	Fasilitas	.703	.078	.675	9.065	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

$$Y = 9.136 + 0,703 X$$

Nilai konstanta a menunjukkan nilai sebesar 9.136 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai X adalah 0) maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 9,136. Nilai koefisien regresi variabel X (Fasilitas) adalah 0,703 bernilai

positif, sehingga jika nilai harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,703.

b) Uji Regresi Linier Sederhana Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 7 Output Uji Regresi Linier sederhana Pelayanan (X2) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.958	3.620		1.922	.058
	Pelayanan	.736	.096	.614	7.692	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas pelanggan						

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

$$Y = 6,958 + 0,736 X$$

Nilai konstanta a menunjukkan nilai sebesar 6,958 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai X adalah 0) maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 6,958. Nilai koefisien regresi variabel X (Pelayanan) adalah 0,736 bernilai positif, sehingga jika nilai harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,736.

c) Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2018) dalam menganalisis pengaruh fasilitas dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, menggunakan metode regresi linier berganda. Berikut adalah persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Tabel 8 Output Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.184	3.344		1.550	.124
	Fasilitas	.514	.116	.493	4.417	.000
	Pelayanan	.289	.134	.241	2.154	.034
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,184 + (0,541 X_1) + (0,289 X_2)$$

Nilai konstanta a sebesar 5,184 menunjukkan bahwa bernilai positif sebelum dipengaruhi variabel Fasilitas (X1) dan Pelayanan (X2).

Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (X1) adalah 0,514 bernilai positif, sehingga jika nilai harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,514.

Nilai koefisien regresi variabel Pelayanan (X2) adalah 0,289 bernilai positif, sehingga jika nilai harga mengalami kenaikan 1 nilai, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,289.

G. Uji Hipotesis

Tabel 9 Output Uji T (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.184	3.344		1.550	.124
	Fasilitas	.514	.116	.493	4.417	.000
	Pelayanan	.289	.134	.241	2.154	.034
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

$$\begin{aligned}
 T_{\text{tabel}} &= t(a/2 : n - k - 1) \\
 &= t(0,05 / 2 : 100 - 2 - 1) \\
 &= 0,025 : 97 = 1,984
 \end{aligned}$$

Untuk uji pada variabel Fasilitas, diketahui untuk nilai t hitung $4,417 > t_{\text{tabel}} 1,984$ yang artinya H_0 ditolak. Untuk nilai signifikansi pada variabel Fasilitas sebesar 0,000 sementara taraf yang ditentukan sebesar 0,05 artinya nilai signifikansi fasilitas sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan untuk variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Untuk di uji pada variabel pelayanan, diketahui untuk nilai t hitung $2,154 > t_{\text{tabel}} 1,984$ yang artinya H_0 ditolak. Untuk signifikansi pada variabel pelayanan sebesar 0,034 sementara taraf yang ditentukan sebesar 0,05 artinya nilai signifikansi pelayanan sebesar $0,034 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan untuk variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Tabel 10 Output Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3220.556	2	1610.278	44.933	.000 ^b
	Residual	3476.194	97	35.837		
	Total	6696.750	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Fasilitas						

Sumber: Data Output SPSS Versi 22, (2025)

F tabel = $N - k - 1$

= $100 - 2 - 1$

= $97 = 3,09$

Berdasarkan hasil hitung diatas untuk hasil F hitung sebesar $44,933 > F$ tabel sebesar 3,09, dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, yang berarti H_0 ditolak. Sehingga dapat disimpulkan untuk variabel fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan.

H. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 11 Output Uji Koefisien Determinasi (R²) Variabel fasilitas X1 dan Variabel
Pelayanan X2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.481	.470	5.98641
a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Fasilitas				

Sumber : Data Output SPSS versi 22, (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai koefisiensi determinasi sebesar 0,470 atau sama dengan 47%.. Sisanya 53% yang tidak diteliti. Artinya nilai R square variabel fasilitas dan pelayanan dikategorikan pengaruh sedang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Fasilitas di Cafe Tepian Laut Merak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan.
2. Nilai signifikansi pelayanan sebesar $0,034 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan pelayanan pada café tepian laut merak juga memiliki pengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas pelanggan. Pelayanan pada cafe tepi laut merak menjadi salah satu faktor utama dalam menjaga hubungan yang berkelanjutan.

3. Fasilitas dan pelayanan secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi sebesar 0,470 menunjukkan pengaruh hubungan yang sedang, artinya perubahan kecil pada kedua faktor tersebut dapat menyebabkan perubahan lebih besar pada loyalitas. Selain itu, pelayanan merupakan variabel dengan pengaruh terbesar, berdasarkan nilai signifikansi 0,034.

Peneliti selanjutnya bias mengungkap yang tidak dibahas di penelitian ini, serta mengharapkan peningkatan dan penambahan pada variabel-variabel yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Adha Suhroji, A., Nurhikmat, M., & Sari, M. M. (2023). Pengaruh fasilitas dan kompetensi terhadap kinerja tenaga kesehatan di Puskesmas Kramatwatu Serang Banten. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11(1), 81–94.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep uji asumsi klasik pada regresi linier berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Alana, P. R., & Putro, T. A. (2020). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan wisatawan pada Goa Lowo Kecamatan Watulimo Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan*, 180–194. <http://journal.stieken.ac.id/index.php/penataran/article/view/481>
- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen pada Café Hangout di Sampit. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 95–106.
- Arikunto, S. (2010). *Metode penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmaja, J. (2018). Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica/article/view/2713>
- Azzrullah, M. M. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada Café Kofi di Kampung Yadika Bangil). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(1), 9–17.
- Dahlan. (2023). *Kualitas pelayanan: Manajemen SDM dan budaya organisasi*. Penerbit NEM. <https://books.google.co.id/books?id=AL6nEAAAQBAJ>

- Esha, D., & Pratama, P. (2021). Pengaruh inovasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 17–28. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/jmb/article/view/6129>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariat dengan program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty*. Jakarta: Esensi. <https://books.google.co.id/books?id=ixO5GxYqBbkC>
- Hardati, R. N. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan (studi kasus Gojek Kota Malang). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1), 74–83.
- Hubbansyah, K., Baharuddin, G., & Munira, M. (2023). Strategi pengembangan pariwisata Kota Cilegon: Peluang dan tantangan. *JRB – Jurnal Riset Bisnis*, 6(2), 213–225. <https://doi.org/10.35814/jrb.v6i2.4110>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Moderní marketing*. Grada Publishing.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Marketing management: De essentie* (3rd ed.). Pearson Education.
- Kusuma Wardani, E., Hartono, & Hidayat, M. S. (2022). Pengaruh pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Gartenhütte Café Trawas. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(3), 251–262. <https://doi.org/10.59004/jisma.v1i3.76>
- Lindawati. (2015). *Analisis faktor yang mempengaruhi perilaku ekonomi dan kesejahteraan rumah tangga petani usahatani terpadu padi-sapi di Provinsi Jawa Barat* [Tesis, Institut Pertanian Bogor]. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>
- Madjowa, I. S., Levyda, L., & Abdullah, S. (2023). Tingkat loyalitas pelanggan ditinjau dari kualitas pelayanan melalui variabel moderating kepuasan konsumen. *Jesya*, 6(1), 184–193. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.909>
- Monica, A., & Yusrizal, Y. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di PT Prudential Syariah Binjai. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 4(4), 1137–1146. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2587>
- Nurhadi, M. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan untuk mengadakan MICE di Patra Semarang Hotel & Convention. *Jurnal Visi Manajemen*, 8(1), 57–65. <https://doi.org/10.56910/jvm.v8i1.198>
- Pane, N. N., & Andy, A. (2024). Pengaruh pengalaman pelanggan, kualitas pelayanan, dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan kafe Kopi Ogut Tangerang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 2(3). <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/Wawasan/article/view/2233>
- Pokhrel, S. (2024). *Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi*, 15(1), 37–48.

- Putra, R. C., Razak, I., Indratjahyo, H., & Kusuma, H. W. (2022). The effect of service quality and brand image on customer loyalty with customer satisfaction as a mediation variable: Case study of Bank BRI Branch Office Jakarta Kemayoran. *Journal of Humanities and Social Science Research*, 1(1), 10–18. <https://doi.org/10.47742/jhssr.v1n1p2>
- Putri, F. K., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Matahari Department Store di Mantos 2. *Jurnal EMBA*, 9(1), 1428–1438. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/33202>
- Reza, M., Muhlisin, S., Gustiawati, S., & U. Ibn Khaldun Bogor. (2022). Analisis strategi pemasaran rumah makan dalam menghadapi persaingan usaha: Studi kasus Rumah Makan Angkringan Mbah Darsih, Kramat Jati, Jakarta Timur. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(1), 50–60.
- Sari, R. N., Darajat, A. H., & Ningsih, N. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 11(2), 56–61. <https://doi.org/10.35457/translitera.v11i2.2449>
- Stanley, V., & Sidharta, H. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan rumah kost Surabaya Barat. *Performa*, 8(4), 418–427. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i4.3793>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tiong, P. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan PT Primagum Sejati di Makassar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 176–204.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tresnawati, Y., & Prasetyo, K. (2022). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro kecil dan menengah bisnis kuliner. *Journal of New Media and Communication*, 1(1), 43–57. <https://doi.org/10.55985/jnmc.v1i1.5>
- Werdayanti, A. (2023). Jurnal pendidikan ekonomi. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 79–92.
- Widiyastuti, T., & Widianari, D. A. (2024). Pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan (studi pada Mooi Caffé Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar). *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research*, 4(3), 3097–3105. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>