

ABSTRAK

Summiaty, 2026, Analisis Pengaruh Suasana *Cafe* dan Preferensi Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus: Cafe Nordu Di Kota Banjarmasin. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI dan Dr. H. Rijalul Faqih, M.Si.

Kata Kunci : Suasana Kafé, Preferensi Konsumen, Loyalitas Pelanggan

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan industri *cafe* di Indonesia yang dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. *Cafe* tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial dan tempat bekerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Suasana Cafe* dan preferensi konsumen terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *Cafe Nordu*. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel *Suasana Cafe* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung sebesar $1,301 < t \text{ tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi $0,196 > 0,05$. Sedangkan variabel preferensi konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai t hitung sebesar $10,029 > t \text{ tabel } 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Secara simultan, *Suasana Cafe* dan preferensi konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan nilai F hitung sebesar $186,416 > F \text{ tabel } 3,09$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,794 menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh sebesar 79,4% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 20,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

ABSTRACT

Summiaty, 2026, Analysis of the Influence of Cafe Atmosphere and Consumer Preferences on Customer Loyalty (Case Study: Café Nordu in Banjarmasin City). Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business. Supervisors: Prof. Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI and Dr. H. Rijalul Faqih, M.Si.

Keywords: *Cafe Atmosphere, Consumer Preferences, Customer Loyalty*

This study is motivated by the rapid growth of the café industry in Indonesia, driven by changes in lifestyle, particularly among the younger generation. Cafés are no longer merely places for consumption, but also function as social spaces and work environments. This study aims to examine the influence of café atmosphere and consumer preferences on customer loyalty, both partially and simultaneously.

This research is a field research using a quantitative descriptive approach. The population of this study consists of all customers of Café Nordu. The sampling technique used is accidental sampling, with a total sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2).

The results show that partially, the café atmosphere variable does not have a significant effect on customer loyalty, with a t-value of $1.301 < t$ -table of 1.984 and a significance value of $0.196 > 0.05$. Meanwhile, consumer preferences have a significant effect on customer loyalty, with a t-value of $10.029 > t$ -table of 1.984 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, café atmosphere and consumer preferences have a significant effect on customer loyalty, with an F-value of $186.416 > F$ -table of 3.09 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) is 0.794 , indicating that the independent variables explain 79.4% of customer loyalty, while the remaining 20.6% is influenced by other variables outside this study.