

## Analysis Of The Role Of Cafe Atmosphere And Service Quality In Building Customer Loyalty At Cold 'N Brew Surakarta

### Analisis Peran Atmosfer Kafe Dan Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Cold 'N Brew Surakarta

Anggit Dyah Kusumastuti<sup>1\*</sup>, Daffa Fauzan Nugroho<sup>2</sup>, Istifah Mahayuwati<sup>3</sup>, Diyayang Shinta Kharisma<sup>4</sup>, Rakan Arya Suta<sup>5</sup>

Universitas Sahid Surakarta<sup>1,2,3,4,5</sup>

[anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id](mailto:anggit.dyahkusumastuti@usahidsolo.ac.id)<sup>\*1</sup>, [daffafauzan7788@gmail.com](mailto:daffafauzan7788@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[istifah.mahayuwati@gmail.com](mailto:istifah.mahayuwati@gmail.com)<sup>3</sup>, [sdiyayang@gmail.com](mailto:sdiyayang@gmail.com)<sup>4</sup>, [rakanaryasuta.3@gmail.com](mailto:rakanaryasuta.3@gmail.com)<sup>5</sup>

\*Corresponding Author

#### ABSTRACT

This study focuses on exploring in-depth the role of cafe atmosphere and service quality in building customer loyalty at Cold 'n Brew Surakarta. Amidst intense competition in the coffee shop industry, management strategies in creating authentic spatial experiences and service interactions are key to business sustainability. The research method used was descriptive qualitative with a literature review approach to explore the meaning behind customers' subjective experiences. Data were collected through in-depth interviews, literature review, participant observation, and documentation, which were then analyzed using horizontalization and clustering techniques. The findings confirm that cafe atmosphere influences customer loyalty, and service quality influences customer loyalty.

**Keywords:** cafe atmosphere, service quality, customer loyalty, strategy, innovation

#### ABSTRAK

Penelitian ini berfokus untuk mengeksplorasi secara mendalam peran atmosfer kafe dan kualitas pelayanan dalam membangun loyalitas pelanggan di Cold 'n Brew Surakarta. Di tengah ketatnya persaingan industri coffee shop, strategi manajemen dalam menciptakan pengalaman ruang dan interaksi layanan yang autentik menjadi kunci keberlangsungan bisnis. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur untuk menggali makna di balik pengalaman subjektif pelanggan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, studi literatur, observasi partisipatif, dan dokumentasi, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik horizontalization dan pengelompokan. Temuan mengonfirmasi atmosfer kafe berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : atmosfer cafe, kualitas pelayanan, loyalitas pelanggan, strategi, inovasi

#### 1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis terutama industri kopi telah mengalami transformasi besar yang turut mengubah pandangan minum kopi. Makna minum kopi bukan hanya sekadar menikmati seduhannya akan tetapi sudah bergeser menjadi *lifestyle* bagi masyarakat mulai dari aktivitas konsumsi, kebutuhan sosial, bersosialisasi hingga bisnis dan aktivitas belajar (Koto et al., 2023). Fenomena ini ditandai dengan maraknya berbagai konsep kedai kopi, seperti *coffee shop* khususnya di Kota Surakarta. Pertumbuhan jumlah kedai kopi di Kota Surakarta tercatat cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surakarta 2023, terdapat 297 kedai kopi yang tersebar di seluruh kota. Angka ini meningkat drastis dibandingkan tahun 2019 yang hanya mencatat 113 kedai kopi. Banyaknya *coffee shop* yang kian menjamur di Kota Surakarta membuat meningkatnya persaingan bisnis yang semakin ketat. Oleh karena itu, banyak pelaku bisnis *coffee shop* mencoba menghadirkan berbagai inovasi mulai dari atmosfer kafe dan pelayanan pelanggan yang baik agar dapat bersaing serta meningkatkan loyalitas konsumen.

Cold 'n Brew menjadi salah satu Coffee shop yang paling banyak di gemari dan ternama di Kota Surakarta dengan konsep tren kopi spesialiti dan modern (Prestasyawati et al., 2021). Cold 'n Brew berupaya untuk mengembangkan usaha dengan mendirikan berbagai cabang dan memperluas pasar. Pencapaian ini mulanya didorong melalui keberanian guna menetapkan harga yang premium yang diikuti oleh kualitas produk yang baik dan tempat yang nyaman. Namun, saat ini banyak pesaing baru yang menyuguhkan tampilan yang serupa, Cold 'n Brew menemui masalah substansial dalam menjaga loyalitas dari pelanggannya.

Di era persaingan yang makin ketat, ekspektasi konsumen mengalami pergeseran yang berarti. Kini, pembeli tidak hanya sekadar mencari produk dengan kualitas yang bagus, melainkan juga menantikan pengalaman yang utuh. Maka dari itu, komponen-komponen di luar produk inti menjadi sangat krusial untuk memikat hati pelanggan. Loyalitas pelanggan menjadi sangat penting untuk mempertahankan posisi kompetitif sekaligus memenuhi ekspektasi pelanggan yang terus berkembang (Khong, 2026) . Oleh karena itu perlu dilakukan analisis terhadap faktor-faktor yang dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan, antara lain atmosfer kafe dan kualitas pelayanan.

Atmosfer Kafe menjadi salah satu elemen yang dapat membentuk pengalaman pelanggan ketika mengunjungi coffee shop. Lingkungan yang menyenangkan, tata ruang yang menarik, serta fasilitas tambahan seperti akses internet dan musik langsung dapat meningkatkan daya tarik suatu lokasi dan mempengaruhi pilihan yang dibuat oleh konsumen (Pingka et al., 2025). Sejalan dengan penelitian (Rorong et al., 2023) yang menyatakan atmosfer cafe mempunyai peran penting dalam dunia bisnis karena dapat membentuk ruang nyaman bagi para pelanggan. Atmosfer yang unik dan nyaman dapat menciptakan kesan yang positif dan memperpanjang durasi kunjungan pelanggan serta meningkatkan loyalitas.

Kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan. Pelayanan yang baik kepada pelanggan menjadi faktor penting dalam bisnis coffee shop. Dalam bisnis jasa, interaksi adalah penentu kepuasan tertinggi, Interaksi antara barista atau staf dengan konsumen, kecepatan penyajian, serta keramahan menjadi parameter penilaian konsumen. Menurut (Nabila & Rosihana, 2025) Kualitas pelayanan akan dianggap positif dan memberikan kepuasan jika jasa yang disediakan tidak hanya memenuhi ekspektasi, namun juga melebihi harapan pelanggan yang menjadi fondasi awal terbentuknya loyalitas.

Urgensi penelitian dilakukan mengingat ketatnya persaingan dalam sektor coffee shop di Surakarta, produk-produk berkualitas saja tidak memadai. Diperlukan kelebihan kompetitif melalui suasana kafe dan kualitas pelayanan yang baik untuk menjaga keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan penelitian untuk mengakaji sejauh mana atmosfer kafe dan kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berkontribusi dalam membangun loyalitas pelanggan. Dengan melihat fenomena ini, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Peran Atmosfer dan Kualitas Pelayanan dalam Membangun Loyalitas Pelanggan di Cold 'n Brew Surakarta".

## **2. Tinjauan Pustaka**

### **Atmosfer Kafe**

Atmosfer kafe merupakan penataan lingkungan yang memadukan unsur cahaya, warna, musik, dan aroma untuk menyentuh sisi emosional pelanggan agar tertarik melakukan pembelian (Noviyanti, 2025). Menurut (Istiyanto, 2024) Atmosfer kafe didefinisikan sebagai penataan ruang yang direncanakan secara matang guna menarik minat kunjungan hingga memicu keputusan pembelian konsumen. Atmosfer kafe merujuk pada kondisi fisik dan psikologis yang dirasakan pelanggan saat berada di dalam kafe. Suasana mencakup elemen visual, pencahayaan, aroma, tata ruang, hingga kenyamanan lingkungan (Khong, 2026).

Atmosfer dapat menghasilkan efek emosional pada pelanggan untuk memaksimalkan kemungkinan pembelian impulsif, tingkatan pembelian hingga keinginan untuk menghabiskan

lebih banyak waktu (Rizqiawan, 2023). Suasana yang nyaman dan menarik dapat menciptakan kesan mendalam bagi pelanggan (Siswati, 2025). Atmosfer yang dirancang dengan baik tidak hanya berdampak pada persepsi estetika, tetapi juga pada aspek emosional yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian (Camelia et al., 2026).

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan pada dasarnya menjadi tolok ukur seberapa baik tingkat Kualitas jasa yang ditawarkan sanggup memenuhi, bahkan melampaui standar ekspektasi yang ditetapkan oleh pelanggan. Fokus utama dari kualitas jasa terletak pada kesesuaian dalam menjawab keperluan dan standar pengguna, termasuk ketepatan durasi penyampaian yang selaras dengan keinginan mereka (Ayunani et al., 2023). Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada keramahan dan cara kerja karyawan saat melayani mereka (Sholikhah & Hadita, 2023).

Kualitas pelayanan berarti menjamin standar keunggulan tetap konsisten dan melakukan pengawasan agar layanan bisa terus berkembang lebih baik lagi (Aprelyani, 2025). Pelayanan yang prima tidak hanya berfungsi untuk memuaskan konsumen saat itu juga, tetapi juga berperan sebagai instrumen strategis untuk membangun kepercayaan yang sulit goyah oleh persaingan harga. Agar layanan makin berkualitas, operasional harus diperkuat dengan cara memetakan masalah secara efektif, menetapkan ukuran kinerja, serta selalu memantau umpan balik dari pelanggan (Bagus et al., 2022).

### **Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas merupakan keteguhan hati pelanggan untuk tetap setia pada satu produk agar tidak terpengaruh oleh faktor luar maupun strategi pihak lain yang berusaha mengalihkan perhatian mereka (Eriyana, 2025). Loyalitas bukanlah hasil yang instan, melainkan hasil dari penilaian selektif konsumen terhadap berbagai aspek bisnis yang akhirnya memicu komitmen jangka panjang (Hasan, 2021).

Pelanggan yang loyal ditandai dengan kebiasaan mereka untuk selalu kembali menggunakan layanan yang sama sekaligus secara sukarela menjadi pendukung merek dengan cara mengajak orang lain ikut mencoba. Loyalitas mencerminkan tekad kuat pelanggan untuk tetap berlangganan kembali, sehingga mereka tidak mudah berpaling meski dipengaruhi oleh strategi pemasaran pihak lain (Labiba, 2022). Kesetiaan pelanggan tampak nyata saat seseorang tetap setia pada satu layanan meskipun tersedia banyak alternatif menarik lainnya. Hal ini berakar dari rasa puas yang terjaga secara konsisten, yang membuat pelanggan merasa lebih aman bertahan daripada harus mengambil risiko dengan mencoba penyedia jasa yang baru

## **3. Metode Penelitian**

Penelitian ini disusun secara deskriptif kualitatif dengan mengandalkan metode studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada wawancara, penelusuran, pembacaan, dan analisis terhadap referensi materi tertulis seperti artikel jurnal dan buku-buku terkait, laporan penelitian, maupun artikel ilmiah yang membahas strategi peningkatan loyalitas melalui peran atmosfer kafe dan kualitas pelayanan.

Teknik analisis data yang dilakukan secara sistematis melalui tahapan *horizontalization* untuk mencatat pernyataan penting informan, yang kemudian dikelompokkan ke dalam tema-tema spesifik seperti estetika interior, kenyamanan fasilitas, hingga keramahan staf. Serta juga menerapkan analisis isi (*content analysis*), yakni metode analisis yang berfokus pada dokumen dan literatur yang relevan dengan topik penelitian. Analisis dilakukan dengan meninjau teori-teori dan hasil penelitian terdahulu, kemudian menarik kesimpulan mengenai hubungan antara customer experience, kepuasan pelanggan, dan loyalitas konsumen. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan mengaitkan temuan literatur terhadap konteks strategi meningkatkan loyalitas pelanggan cold 'n brew.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Strategi peningkatan loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam keberlangsungan sebuah bisnis di tengah persaingan para kompetitor. Keberlangsungan sebuah bisnis sangat bergantung pada kemampuan mengikat hati pelanggan. Mengingat ketatnya persaingan saat ini, menerapkan strategi loyalitas yang efektif adalah keharusan, agar konsumen tidak merasa perlu mencari alternatif di tempat lain. Hal ini selaras dengan temuan (Mufarida et al., 2024) untuk membangun loyalitas, pengelola *coffee shop* harus fokus pada penciptaan pengalaman konsumen yang positif melalui peningkatan faktor-faktor pendukungnya. Strategi meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan peran atmosfer dan kualitas pelayanan yang baik terbukti memberikan pengaruh dalam hal kunjungan pelanggan. Selain menanggapi tawaran produk, pembeli juga memberikan reaksi terhadap atmosfer atau lingkungan di mana transaksi terjadi (Rorong et al., 2023). Menyediakan tempat yang nyaman bisa menjadi nilai tambah bagi pelanggan, jika atmosfer kafe dikemas secara menarik pengunjung akan memberikan penilaian positif yang akhirnya memicu mereka untuk datang kembali. Desain atmosfer yang menarik terbukti mampu memperkaya pengalaman konsumen sekaligus meningkatkan durasi waktu yang mereka habiskan di lokasi (Siswati, 2025).

Standar layanan yang prima menjadi kunci utama dalam menghadirkan pengalaman memuaskan bagi konsumen, mendorong mereka untuk kembali dan berbagi pengalaman mereka dengan orang lain (Nainggolan et al., 2024). Temuan (Kuswandana, 2025) yang mengemukakan bahwasannya kualitas pelayanan yang baik akan menumbuhkan rasa kepuasan sehingga dapat meningkatkan loyalitas. Persepsi kualitas terbentuk ketika pelanggan membandingkan kenyataan layanan yang diterima dengan ekspektasi awal mereka. Pandangan yang baik terhadap layanan yang diterima akan berkontribusi pada kepuasan konsumen. Kunci meningkatnya loyalitas terletak pada pemberian layanan yang sesuai harapan, sehingga memunculkan kepuasan maksimal di mata pelanggan. Dengan memberikan layanan yang memuaskan, berkualitas tinggi, dan melebihi ekspektasi pelanggan mereka akan dapat menciptakan rasa percaya dan keyakinan pelanggan yang berdampak pada keputusan untuk memilih dan melakukan pembelian kembali, sehingga pada akhirnya menjadi pelanggan yang sangat loyal (Septyarani, 2023).

#### Peran Atmosfer Kafe Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan

Atmosfer kafe merupakan sinergi elemen fisik seperti arsitektur dan penataan interior yang dipadukan dengan aroma serta musik untuk membangun kenyamanan pelanggan (Ipir et al., 2025). Loyalitas adalah komitmen jangka panjang konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama secara konsisten di masa mendatang (Rahayu, 2022). Temuan wawancara menunjukkan bahwa suasana kafe menjadi faktor kunci yang menentukan seberapa loyal pelanggan terhadap tempat tersebut. Suasana yang diciptakan melalui perpaduan estetika interior, pengaturan cahaya yang hangat, hingga pemilihan musik latar bukan sekadar elemen dekoratif, melainkan stimulus yang memengaruhi kondisi psikologis pengunjung. Kondisi lingkungan yang estetik dan nyaman ini menciptakan pengalaman sensorik yang unik, yang kemudian memicu keterikatan emosional antara pelanggan dan tempat tersebut.

Penelitian (Antonia, 2022) mengemukakan peran atmosfer pelanggan dengan memanfaatkan letak yang strategis berarti harus berani menonjolkan konsep interior yang unik agar suasana tempat terasa lebih berkesan dapat menumbuhkan rasa loyal terhadap usaha atau jasa. Temuan (Firmansyah, 2025) juga mengaskan bahwasannya suasana kafe yang dibangun melalui musik, pencahayaan, aroma, hingga tata letak yang pas mampu memberikan pengalaman berkesan yang memperkuat loyalitas pelanggan. Maka dari itu, peran atmosfer kafe bukan sekadar pelengkap estetika, melainkan instrumen strategis dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

### **Esensi Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan**

Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Irawan et al., 2025). Loyalitas adalah bentuk dedikasi pelanggan yang tecermin dari kepuasan mereka, di mana antusiasme tersebut diwujudkan dalam tindakan nyata berupa pembelian kembali yang dilakukan terus-menerus (Istiyawari et al., 2021). Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan utama yang secara konsisten menumbuhkan loyalitas pelanggan. Informan menyatakan bahwa pengalaman positif yang dirasakan berulang kali menciptakan rasa percaya yang mendalam terhadap penyedia layanan. Temuan mengonfirmasi bahwasannya kualitas pelayanan bukan sekadar tentang keramahan staf, melainkan merupakan pondasi utama yang menentukan seberapa setia pelanggan terhadap suatu usaha coffee shop.

Hasil penelitian (Hanny, 2022) mengemukakan pentingnya kualitas layanan dalam lingkungan bisnis, dimana kualitas layanan menjadi strategi penting yang dapat menjamin keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan dalam industri. Pelayanan yang berkualitas menciptakan pengalaman emosional yang positif, yang kemudian berubah menjadi rasa percaya. Pelanggan yang puas berulang kali akan otomatis menjadi loyalis yang sukarela merekomendasikan pengalaman mereka kepada orang lain. Temuan sejalan dengan (Nabila, 2025) yang menegaskan semakin tinggi mutu layanan yang dirasakan pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap setia terhadap usaha atau jasa tersebut. Dengan demikian, kualitas layanan mempunyai andil dalam mengubah sikap pembeli untuk tetap setia. Pandangan yang baik terhadap layanan yang diterima akan berkontribusi pada kepuasan konsumen.

## **5. Penutup**

### **Kesimpulan**

Secara keseluruhan, loyalitas pengunjung di Cold 'n Brew Surakarta lahir dari perpaduan apik antara suasana kafe yang estetik dan pelayanan yang profesional. Ruang yang nyaman berhasil menciptakan pengalaman sensorik yang membuat pelanggan betah, sementara keramah tamahan staf membangun ikatan emosional yang mendorong mereka untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan tempat ini kepada orang lain. Meski demikian, penelitian ini masih terbatas pada satu lokasi dan sangat bergantung pada persepsi subjektif pengunjung dalam periode waktu tertentu, tanpa mempertimbangkan faktor lain seperti harga atau variasi menu. Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk memperluas cakupan lokasi dan menambah variabel baru agar mendapatkan gambaran yang lebih menyeluruh. Penggunaan metode kuantitatif dengan sampel yang lebih luas juga sangat dianjurkan untuk memotret perubahan tren gaya hidup masyarakat yang sangat dinamis secara lebih akurat.

### **Daftar Pustaka**

- Antonia, L. (2022). *PENGARUH DESAIN INTERIOR & ATMOSFER RESTORAN TERHADAP LOYALITAS CROISSANT THE EFFECT OF RESTAURANT INTERIOR & .* 01(07), 1750–1765.
- Aprelyani, S. (2025). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan : Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan ( Tinjauan Pustaka Manajemen Pemasaran ).* 3(1), 9–15.
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). *Pengaruh kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.* 21(3), 290–299.
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan.* 19(02), 226–233.
- Camelia, Z., Rosyidah, K., Ardan, M. A., & Kamila, E. R. (2026). *Pengaruh Harga , Kualitas Layanan dan Café Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian di Tomoro Coffe pada Gen Z.* 3(1), 312–323.

- Eriyana, N. (2025). *LOYALITAS PELANGGAN DI BISNIS ONLINE SELLBYN CUSTOMER EXPERIENCE ANALYSIS IN INCREASING CUSTOMER LOYALTY IN SELLBYN ' S ONLINE BUSINESS*. 15628–15636.
- Firmansyah, N. F. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Urban Coffe And Space Semarang)*. 4(1), 24–37. <https://doi.org/10.33633/jekobs.v4i1.12551>
- Hanny, & Krisyana. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan, citra merek dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada kafe di kota Batam*. 5(1), 1115–1129.
- Hasan, A., & Hamid, N. A. (2021). *Analisis persepsi harga, suasana cafe dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada zero cafe makassar*. 4(2).
- Ipir, A. S. F., Kalangi, M. H. E., Kristiawati, I., & Arisanti, D. (2025). *PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAFE*. 1–13.
- Irawan, B., Widodo, A. P., & Jondar, A. (2025). *Analisis Loyalitas Pelanggan Ditinjau dari Aspek Kualitas Pelayanan , Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan Universitas Teknologi Surabaya , Indonesia nasional maupun internasional , memberikan dampak perubahan yang pesat dan sangat cepat Jumlah Pelangg*. 634–648.
- Istiyanto, B. (2024). *Pengaruh Lokasi , Cita Rasa , dan Atmosfer Cafe pada Keputusan Pembelian Kopi Fore di Kota Solo The Influence of Location , Taste , and Cafe Atmosphere on Purchase Decisions for Fore Coffee in Solo City*. 4, 435–448.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan*. 19(3), 191–201.
- Khong, R., & Tania, C. (2026). *Pengaruh Kualitas Layanan , Suasana Kafe , dan Kualitas Produk. Hermawan 2023*.
- Koto, F. F., Soebijakto, G. S. A., & Adriana, E. (2023). *Analisis Pengaruh Atmosfer Café Dan Customer Experience Terhadap Pengambilan Keputusan Customer Yaitu Mahasiswa Malang Dalam Pemilihan Tempat Coffee Shop Untuk Belajar*. 3(3).
- Kuswandana, W., & Tjiptodjojo, K. I. (2025). *Keyword: Store Atmosphere, Service Quality, . 12(1), 111–119*.
- Labiba, A. I., & Moko, W. (2022). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. 01(2), 179–185.
- Mufarida, H. Z., Basalamah, M. R., & Dianawati, E. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffee Shop Di Kota Malang*. 13(01), 1016–1023.
- Nabila, A. P., & Rosihana, A. D. (2025). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Coffee Shop Triple Market Kemang Pratama Bekasi*. 3(September), 308–320.
- Nainggolan, J. M., Saragih, A. M., & Simanungkalit, E. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Coffee Shop Cold N Brew Medan*. 2(4).
- Noviyanti, C., & Febyona, D. N. (2025). *Mengungkap Rahasia Loyalitas Pelanggan: Peran Atmosfer Dan Fasilitas Kafe Cindy Noviyanti 1 , Diva Nabilah Febyona 2 Politeknik Negeri Bandung*. 11(June), 40–52.
- Pingka, K., Arum, P., Ramadhan, R., & Aditama, A. (2025). *YUME : Journal of Management Pengaruh Store Atmosphere , Brand Equity Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian ( Survey Pada Pelanggan Cold ' N Brew fajar Indah Di Surakarta )*. 8(1), 1471–1479.
- Prestasyawati, R. M., Ferichani, M., & Setyowati, N. (2021). *Pengaruh Customer Relationship Management Terhadap Loyalitas Konsumen di Cold n ' Brew ( The Influence of Customer Relationship Management Towards Customer Loyalty in Cold n ' Brew )*. 8(2013), 125–131.
- Rahayu, S., & Darman, S. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan*. 5(2), 2192–2207.
- Rizqiawan, H., & Novianto, I. (2023). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan*

*Akuntansi) PERSEPSI PELANGGAN PADA ASPEK ATMOSFER BISNIS KAFE DI SURABAYA.* 7(1), 628–652.

- Rorong, C. J., Tawas, H. N., Rogi, M. H., Atmosfer, P., Dan, C., Layanan, K., Loyalitas, T., Rorong, C. J., Tawas, H. N., & Rogi, M. H. (2023). *CAFÉ I CARE LANGOWAN THE EFFECT OF CAFÉ ATMOSPHERE AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY WITH BRAND IMAGE AS AN INTERVENING VARIABLE AT CAFÉ I CARE LANGOWAN* *Jurnal EMBA Vol . 11 No . 2 April 2023 , Hal . 255-264.* 11(2), 255–264.
- Septyarani, T. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan.* 7(2). <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>
- Sholikhah, A. F., & Hadita. (2023). *MELALUI KEPUASAN PELANGGAN MIE GACOAN DI. 2.*
- Siswati, E. (2025). *Studi empiris: dampak atmosfer cafe, nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan pada citra merek 1.* 13.