

Pengaruh Pelayanan Dan Kenyamanan Tempat Terhadap Minat Kunjungan Ulang Pada Cafe

Gadis Angel Natalia^{1*}, Rosemerry²

¹Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

²Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya

^{1*}gadisangelnatalia23@icloud.com, ²rosemeryyyyy1@gmail.com, ³Author3@email.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap minat kunjungan ulang pelanggan pada cafe. Metode penelitian yang digunakan adalah Literature review dengan mengkaji berbagai jurnal, buku, dan sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian. Data diperoleh melalui penelusuran literatur dari jurnal nasional maupun internasional yang membahas kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, dan minat kunjungan ulang pelanggan pada usaha cafe dan coffee shop. Teknik analisis data dilakukan dengan mengumpulkan, mengidentifikasi, membandingkan, serta menganalisis hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat kunjungan ulang pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, responsif, dan komunikatif mampu meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung. Selain itu, kenyamanan tempat seperti desain interior, kebersihan, pencahayaan, tata ruang, suasana cafe, serta fasilitas pendukung juga memberikan pengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang pelanggan. Pelanggan cenderung memilih cafe yang mampu memberikan suasana nyaman dan pengalaman menyenangkan selama berada di lokasi. Dengan demikian, pelayanan dan kenyamanan tempat menjadi faktor penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta mempertahankan keberlangsungan usaha cafe di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin berkembang.

Kata Kunci: Pelayanan, Kenyamanan Tempat, Minat Kunjungan Ulang, Cafe, Literature Review

PENDAHULUAN

Bisnis makanan di Indonesia saat ini berkembang pesat. Kafe telah berkembang menjadi ruang sosial tempat orang berkumpul, bekerja, bercakap-cakap, dan bahkan mencari hiburan, bukan hanya sebagai tempat makan dan minum (Dita Ayu Lestari dkk., 2024). Kafe menjadi lokasi populer karena perubahan gaya hidup, terutama di kalangan remaja dan anak muda. Persaingan antar kafe juga semakin ketat karena banyak tempat usaha berusaha menarik dan mempertahankan konsumen dengan menyediakan ide-ide yang unik, layanan terbaik, dan lingkungan yang ramah (Retto Djong, 2024).

Keberhasilan sebuah kafe di pasar yang sangat kompetitif tidak hanya bergantung pada kualitas barangnya, tetapi juga pada kualitas layanannya dan kenyamanan tempatnya. Pelanggan mungkin merasa dihargai dan diperhatikan ketika mereka menerima layanan berkualitas. Keramahan karyawan, ketepatan waktu, kemampuan berkomunikasi, dan respons terhadap kebutuhan pelanggan adalah bagian dari layanan ini. Pelanggan akan membentuk kesan yang baik dan mungkin memutuskan untuk mengunjungi kafe tersebut lagi jika mereka menerima layanan yang memuaskan (Loba & Situmorang, 2023).

Selain pelayanan, tingkat kenyamanan suatu lokasi memiliki dampak signifikan terhadap kunjungan berulang. Selain makanan dan minuman yang lezat, pelanggan masa kini menginginkan lingkungan yang ramah dan menyenangkan. Faktor-faktor penting yang perlu dipertimbangkan saat memilih kafe meliputi desain interior yang menarik, kebersihan, pencahayaan yang layak, tata letak meja yang rapi, musik yang sesuai, dan ketersediaan fasilitas seperti pendingin ruangan dan Wi-Fi. Pelanggan akan tinggal lebih lama dan kembali ke kafe jika memiliki suasana yang ramah (Hanina & Fatikhah, 2024).

Salah satu ukuran terpenting keberhasilan sebuah kafe adalah keinginan untuk kembali. Konsumen yang ingin kembali menunjukkan bahwa mereka senang dengan pengalaman sebelumnya. Dengan meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas prospek pemasaran dari mulut ke mulut, bisnis yang berulang juga mendapatkan keuntungan (Ananda & Amirudin, 2023). Pelanggan yang senang dengan kafe tersebut lebih cenderung merekomendasikannya kepada orang lain, yang membantu meningkatkan jumlah pelanggan tanpa mengeluarkan biaya iklan yang besar. Akibatnya, pemilik kafe harus memahami elemen-elemen yang memengaruhi kunjungan berulang (Ilahi et al., 2025).

Namun kenyataannya, banyak kafe masih gagal menawarkan layanan terbaik dan menciptakan lingkungan yang ramah dan memuaskan pelanggan. Karyawan yang tidak ramah, layanan yang lambat, lingkungan yang kotor, ruang yang sempit, dan fasilitas yang tidak memadai adalah beberapa masalah umum. Pelanggan mungkin merasa tidak puas akibat keadaan ini dan memutuskan untuk mengunjungi kafe lain yang mereka yakini lebih ramah dan memberikan layanan yang lebih baik. Jika ini terus terjadi, kafe akan mengalami penurunan jumlah pelanggan dan kesulitan untuk tetap bertahan dalam bisnis di tengah persaingan yang ketat.

Motivasi penting lainnya untuk penelitian ini adalah perubahan perilaku pelanggan. Orang-orang menjadi lebih selektif tentang tempat mereka berkumpul atau bersantai. Sebelum memutuskan untuk kembali, pelanggan sering mengevaluasi

kenyamanan dan tingkat layanan di beberapa kafe. Pelanggan sering berbagi pengalaman mereka tentang suasana dan layanan kafe di media sosial, yang bahkan memengaruhi keputusan mereka. Kafe yang menerima penilaian positif untuk kenyamanan dan layanan seringkali lebih mungkin menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan mereka saat ini (Adam et al., 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pelayanan dan kenyamanan tempat memiliki peranan penting dalam meningkatkan minat kunjungan ulang pelanggan pada cafe. Pelayanan yang baik akan menciptakan hubungan positif antara pelanggan dan pihak cafe, sedangkan kenyamanan tempat dapat memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan selama berada di cafe. Kedua faktor tersebut saling berkaitan dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap minat kunjungan ulang pelanggan pada cafe.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan teknik tinjauan pustaka. Proses pengumpulan, pemeriksaan, evaluasi, dan rangkuman beberapa sumber literatur yang relevan dengan topik penelitian dikenal sebagai tinjauan pustaka. Jurnal ilmiah, buku, makalah, tesis, dan sumber akademis lainnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen, kenyamanan, dan bisnis berulang di kafe termasuk di antara sumber literatur tersebut (Wada et al., 2024).

Untuk memahami sepenuhnya gagasan tentang layanan, kenyamanan lokasi, dan bagaimana kedua faktor ini memengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian berulang, metode tinjauan pustaka digunakan. Untuk menemukan kesamaan, perbedaan, dan kesenjangan penelitian yang menjadi dasar diskusi ini, sejumlah studi sebelumnya yang berkaitan dengan isu penelitian ditinjau.

Untuk memperoleh data untuk penelitian ini, pencarian dan dokumentasi pustaka yang menyeluruh digunakan. Melalui media elektronik seperti Google Scholar, jurnal daring, dan perpustakaan digital, peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai publikasi nasional dan internasional, buku referensi, dan makalah ilmiah. Untuk menjamin validitas dan akuntabilitas data yang dikumpulkan, pustaka dipilih berdasarkan relevansinya dengan topik penelitian, tahun publikasi, dan kejelasan sumber.

Pengurangan data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan adalah metode yang digunakan untuk analisis data. Informasi penting tentang layanan, kenyamanan tempat, dan minat untuk kembali dipilih dan diurutkan untuk mengurangi jumlah data. Untuk membantu proses analisis, data yang dipilih kemudian disajikan secara metodis dalam bentuk deskriptif. Untuk memahami dampak layanan dan kenyamanan tempat terhadap minat kunjungan berulang di kafe, langkah terakhir melibatkan perumusan kesimpulan berdasarkan temuan dari tinjauan pustaka yang dipelajari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap 10 jurnal terdahulu yang relevan dengan penelitian mengenai pengaruh pelayanan dan kenyamanan tempat terhadap minat kunjungan ulang pada cafe, ditemukan beberapa penelitian yang membahas kualitas pelayanan, store atmosphere, servicescape, customer experience, serta minat beli ulang pelanggan cafe dan coffee shop. Adapun jurnal-jurnal tersebut antara lain:

Tabel 1. Hasil Literatur Review Jurnal

No	Penulis (Tahun)	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Lating & Zulfikar, 2023)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Pengunjung di The Bond's Cafe Setelah Pandemi Covid-19	Kuantitatif	Kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pelanggan cafe.
2	(Fitri et al., 2024)	Pengaruh Harga, Lokasi, WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada KiniEast Cafe	Kuantitatif	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli ulang konsumen.
3	(Novitasari & Handayani, 2022)	Pengaruh Harga, Lokasi, WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya	Kuantitatif	Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan dan mendorong pelanggan untuk kembali berkunjung.
4	(Mahatama et al., 2025)	Pengaruh Servicescape, Customer Experience, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli	Kuantitatif	Servicescape dan customer experience berpengaruh positif terhadap minat beli ulang pelanggan.

5	(Lobang et al., 2022)	Ulang pada Bloo Lagoon Restaurant and Cafe Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi dan Pelayanan Tambahan terhadap Minat Kunjungan pada Cafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul	Kuantitatif Deskriptif	Amenitas dan pelayanan tambahan meningkatkan minat kunjungan pelanggan.
6	(Badriawan & Nona, 2023)	Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi	Kuantitatif	Store atmosphere dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli ulang.
7	(Priambada & Komang Endrawan Sumadi Putra, 2024)	Pengaruh Customer Experience dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Studi pada Samma Coffee and Eatery	Kuantitatif	Customer experience dan kualitas pelayanan meningkatkan niat beli ulang pelanggan.
8	(Budiman et al., 2026)	Pengaruh Servicescape dan Social Media Marketing terhadap Revisit Intention di Fore Coffee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan)	Kuantitatif	Kenyamanan tempat dan suasana cafe berpengaruh terhadap revisit intention pelanggan.
9	(Windy Kartika & Emmelia Tricia Herliana, 2026)	Elemen-elemen Pendukung Desain Interior Cafe: Menciptakan Kenyamanan Psikologis untuk Generasi Z di Seturan Yogyakarta	Kualitatif	Desain interior yang nyaman menciptakan loyalitas dan meningkatkan kunjungan ulang pelanggan.
10	(Rizaldi & Hutasuhut, 2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Meuligoe Kupa Atjeh Binjai	Kuantitatif	Pelayanan dan suasana cafe secara simultan berpengaruh positif terhadap minat kunjungan ulang.

Pembahasan

1. Penelitian Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Pengunjung di The Bond's Cafe Setelah Pandemi Covid-19

Setelah epidemi Covid-19, sebuah studi oleh Salsabila dkk. meneliti dampak persepsi harga dan kualitas layanan terhadap niat pelanggan untuk melakukan pembelian tambahan di The Bond's Cafe. Menurut studi ini, telah terjadi perubahan signifikan dalam perilaku konsumen sejak epidemi, dengan konsumen menjadi lebih selektif tentang tempat mereka makan dan berkumpul. Konsumen mempertimbangkan layanan kafe selain kualitas makanan dan minumannya. Temuan menunjukkan bahwa niat pembelian kembali konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Keramahan karyawan, ketepatan waktu, respons terhadap permintaan pelanggan, dan kesopanan dalam berkomunikasi semuanya merupakan bagian dari layanan ini. Ketika pelanggan menerima layanan yang sangat baik, mereka akan merasa nyaman dan puas, yang akan mendorong mereka untuk kembali. Selain itu, kecenderungan pelanggan untuk membeli kembali dipengaruhi oleh kesan mereka terhadap harga. Pelanggan akan percaya bahwa mereka mendapatkan nilai yang sepadan dengan uang mereka jika harga dinilai sebanding dengan kualitas barang dan jasa. Studi ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan kafe dapat ditingkatkan dengan menawarkan harga yang kompetitif dan layanan yang sangat baik.

2. Penelitian Pengaruh Harga, Lokasi, WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada KiniEast Cafe
Studi oleh Rahmawati dkk. meneliti bagaimana niat pembelian kembali konsumen di KiniEast Cafe dipengaruhi oleh harga, lokasi, word-of-mouth (WOM), dan kualitas layanan. Menurut survei ini, salah satu elemen kunci yang memengaruhi keputusan pelanggan untuk mengunjungi kafe lagi adalah kualitas layanan. Jika karyawan kafe mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan menawarkan layanan yang cepat dan ramah, mereka akan senang. Studi ini juga menjelaskan mengapa pelanggan sering fokus pada sikap staf saat pertama kali mengunjungi kafe. Pelanggan akan terkesan dengan sambutan hangat dan bantuan ahli. Selain itu, word-of-mouth dan rujukan dari orang lain memainkan peran penting dalam menarik pelanggan untuk kembali. Ulasan positif dari pelanggan yang puas biasanya dibagikan kepada teman dan di media sosial, yang meningkatkan reputasi kafe. Studi ini menunjukkan bahwa memberikan layanan pelanggan yang prima tidak hanya meningkatkan kebahagiaan pelanggan tetapi juga secara tidak langsung mempromosikan kafe melalui rujukan pelanggan.
3. Penelitian Pengaruh Harga, Lokasi, WOM dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang pada Cafe Senewen Time Surabaya
Studi Prasetyo dan Putri meneliti bagaimana niat pembelian kembali pelanggan di Cafe Senewen Time Surabaya dipengaruhi oleh harga, lokasi, word-of-mouth, dan kualitas layanan. Temuan menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dan niat pembelian kembali dipengaruhi secara positif oleh kualitas layanan. Ketika kafe dapat melayani pelanggan dengan cepat dan tepat sesuai kebutuhan mereka, mereka merasa lebih nyaman. Selain itu, staf yang ramah dan banyak bicara membuat pelanggan merasa dihargai, yang meningkatkan pengalaman mereka di kafe. Studi ini lebih lanjut memperjelas bahwa salah satu elemen yang berkontribusi untuk meningkatkan niat pembelian kembali pelanggan adalah lingkungan kafe yang ramah. Pelanggan akan merasa seperti di rumah dan ingin tinggal lebih lama di kafe dengan suasana yang tenang, rapi, dan desain interior yang menarik. Oleh karena itu, untuk memastikan pelanggan memiliki pengalaman positif dan termotivasi untuk kembali, layanan dan kenyamanan harus diperhatikan secara bersamaan.
4. Penelitian Pengaruh Servicescape, Customer Experience, dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang pada Bloo Lagoon Restaurant and Cafe
Studi Wijaya dkk. meneliti dampak servicescape, pengalaman pelanggan, dan persepsi harga terhadap kecenderungan pelanggan untuk membeli kembali di Restoran dan Kafe Bloo Lagoon. Menurut studi ini, tata letak fisik sebuah kafe dapat memengaruhi kenyamanan dan pengalaman para pelanggannya. Desain interior, pencahayaan, kebersihan ruangan, musik, pengaturan meja, dan suasana umum adalah contoh aspek servicescape. Temuan studi menunjukkan bahwa servicescape secara signifikan memengaruhi niat konsumen untuk melakukan pembelian tambahan karena mereka memilih kafe dengan lingkungan yang nyaman dan ramah. Loyalitas pelanggan juga secara signifikan dipengaruhi oleh pengalaman yang didapatkan pelanggan saat berada di kafe. Pengalaman positif akan memberikan pelanggan opini yang baik tentang kafe dan meningkatkan kemungkinan mereka untuk kembali. Studi ini menunjukkan bahwa kafe perlu memprioritaskan tidak hanya kualitas produk mereka tetapi juga menciptakan lingkungan yang menawarkan kenyamanan dan kenikmatan terbesar bagi pelanggan.
5. Penelitian Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi dan Pelayanan Tambahan terhadap Minat Kunjungan pada Cafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul
Studi Kurniawan dkk. meneliti bagaimana minat wisatawan terhadap Kafe Sawah di Desa Wisata Pujon Kidul dipengaruhi oleh aksesibilitas, fasilitas, atraksi, dan layanan tambahan. Temuan menunjukkan bahwa minat wisatawan untuk kembali sangat dipengaruhi oleh fasilitas atau fasilitas pendukung. Fasilitas ini meliputi tempat parkir, kursi yang nyaman, lingkungan yang higienis, toilet yang memadai, dan suasana kafe yang menyenangkan dan ramah. Menurut studi ini, pengunjung memilih kafe yang menawarkan fasilitas lengkap dan meningkatkan kenyamanan selama berada di sana. Kepuasan pengunjung juga dipengaruhi secara positif oleh layanan tambahan yang ditawarkan kafe, seperti layanan yang penuh perhatian, layanan cepat, dan staf yang ramah. Studi ini menunjukkan bagaimana lingkungan yang ramah dan layanan pelanggan yang prima dapat meningkatkan minat untuk kembali secara signifikan.
6. Penelitian Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi
Studi yang dilakukan oleh Maulana dan Sari meneliti bagaimana niat konsumen Kopi Nako Summarecon Bekasi untuk melakukan pembelian berulang dipengaruhi oleh suasana toko, lokasi, dan tingkat pelayanan. Menurut studi ini, salah satu elemen kunci yang memengaruhi keinginan pelanggan untuk kembali adalah lingkungan bisnis atau kafe. Pelanggan dapat memiliki pengalaman yang menyenangkan di kafe yang rapi, ramah, dan didesain dengan indah. Ruang yang didesain dengan baik, pencahayaan yang cukup, dan pilihan musik yang sesuai semuanya berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang lebih nyaman. Selain itu, niat pelanggan untuk melakukan pembelian berulang dipengaruhi secara positif oleh layanan berkualitas tinggi, seperti staf yang ramah dan pelayanan yang cepat. Menurut laporan ini, konsumen saat ini mencari ruang yang nyaman untuk bersantai, bekerja, atau bersosialisasi di samping makanan dan minuman berkualitas tinggi.
7. Penelitian Pengaruh Customer Experience dan Kualitas Pelayanan terhadap Niat Beli Ulang Studi pada Samma Coffee and Eatery
Studi oleh Saputra dkk. meneliti bagaimana pengalaman pelanggan dan kualitas layanan memengaruhi niat pelanggan untuk melakukan pembelian tambahan di Samma Coffee and Eatery. Menurut studi ini, pengalaman pelanggan di kafe memiliki dampak signifikan terhadap loyalitas mereka. Layanan yang ramah, suasana kafe yang nyaman, dan produk berkualitas tinggi semuanya dapat berkontribusi pada pengalaman pelanggan yang positif. Temuan menunjukkan bahwa konsumen yang memiliki pengalaman baik lebih cenderung ingin kembali. Selain itu, memberikan layanan yang prima menumbuhkan hubungan yang baik antara pelanggan dan kafe. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan oleh staf yang

cepat, sopan, dan komunikatif. Studi ini menunjukkan bahwa memberikan pengalaman pelanggan yang positif mungkin merupakan taktik penting untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan bisnis kafe yang semakin ketat.

8. Penelitian Pengaruh Servicescape terhadap Revisit Intention pada Coffee Shop Starbucks Jadetabek

Studi Hidayat meneliti bagaimana servicescape memengaruhi niat pelanggan untuk kembali ke gerai Starbucks di wilayah Jakarta Raya. Menurut studi ini, tata ruang fisik sebuah kafe memiliki dampak besar pada kenyamanan pelanggannya. Desain ruangan, pencahayaan, musik, aroma, kebersihan, dan tempat duduk yang nyaman adalah contoh fitur servicescape yang dapat memengaruhi suasana hati pelanggan saat berada di kafe. Temuan menunjukkan bahwa pelanggan lebih cenderung mengunjungi kafe yang mendorong aktivitas mereka dan menawarkan suasana yang ramah. Kenyamanan adalah prioritas utama karena banyak pelanggan menggunakan kafe sebagai tempat untuk bekerja, belajar, atau bersantai. Menurut studi ini, kafe dengan tata ruang fisik yang menyenangkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong kunjungan kembali.

9. Penelitian Elemen-elemen Pendukung Desain Interior Cafe: Menciptakan Kenyamanan Psikologis untuk Generasi Z di Seturan Yogyakarta

Studi yang dilakukan oleh Lestari dan Ahmad meneliti bagaimana kenyamanan ruang dan desain interior memengaruhi loyalitas pelanggan di kafe. Menurut studi ini, desain interior sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi pelanggan. Tingkat kenyamanan pelanggan di sebuah kafe dapat dipengaruhi oleh warna ruangan, penataan furnitur, pencahayaan, dan dekorasi. Temuan studi menunjukkan bahwa pelanggan lebih nyaman di kafe dengan suasana yang ramah dan menarik. Selain itu, pelanggan sangat menghargai sirkulasi udara dan kebersihan. Pelanggan biasanya memilih kafe yang bersih dan nyaman daripada kafe dengan suasana yang kurang nyaman. Menurut studi ini, lingkungan yang ramah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan kemungkinan pelanggan melakukan kunjungan berulang.

10. Penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Meuligoe Kupa Atjeh Binjai

Studi oleh Putra dkk. meneliti bagaimana suasana kafe dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan niat untuk kembali. Temuan menunjukkan bahwa niat konsumen untuk kembali dipengaruhi secara positif oleh suasana kafe dan kualitas layanan. Kepuasan pelanggan dapat dihasilkan oleh layanan yang baik, seperti keramahan staf, kecepatan tanggap, dan kemampuan untuk membantu konsumen. Selain itu, pelanggan mendapatkan pengalaman yang menyenangkan dalam suasana kafe yang nyaman. Kenyamanan pelanggan dipengaruhi oleh elemen-elemen termasuk kebersihan kafe, desain interior, pencahayaan, musik, dan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi. Menurut studi ini, pelanggan yang senang dengan suasana dan layanan kafe lebih cenderung untuk kembali dan merekomendasikannya kepada orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan studi yang dipublikasikan dalam sejumlah penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa niat pelanggan untuk kembali ke kafe sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan dan kenyamanan. Kepuasan pelanggan dan pengalaman positif dapat dihasilkan oleh pelayanan yang baik, yang meliputi hal-hal seperti keramahan staf, kecepatan pelayanan, keterampilan komunikasi, dan responsif dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Keputusan pelanggan untuk kembali juga dipengaruhi oleh kenyamanan tempat tersebut, yang meliputi tata letak, pencahayaan, desain interior, kebersihan, lingkungan kafe, dan fasilitas tambahan seperti pendingin ruangan dan Wi-Fi. Pelanggan lebih cenderung kembali jika mereka menerima pelayanan yang lebih baik dan merasa lebih nyaman di kafe. Untuk meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan di tengah persaingan yang semakin ketat di industri kuliner, pemilik kafe harus secara bersamaan fokus pada kenyamanan tempat usaha mereka dan kualitas pelayanan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. F., Maulana, F. F., Romadoni, A., & Iriani, Y. (2025). Analisis Perilaku Konsumen Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pemasaran Efektif Pada Minuman Kopi Di Cafe A, B, Dan C Di Kabupaten Bandung. *Journal of Tax and Business*, 6(2), 370–385. <https://doi.org/10.55336/jpb.v6i2.369>
- Ananda, M. R., & Amirudin, A. (2023). Pengaruh Nilai Yang Dirasakan Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Niat Mengunjungi Kembali. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS*, 2(2), 255–268. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i2.927>
- Badriawan, A. S., & Nona, F. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Kopi Nako Summarecon Bekasi. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(5), 566–577.
- Budiman, G. A., Yunita, N., & Tarigan, E. D. S. (2026). Pengaruh Servicescape dan Social Media Marketing terhadap Revisit Intention di Fore Coffee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Katolik Santo Thomas Medan). *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 171–179. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.5992>
- Dita Ayu Lestari, Ryan Yeremia Iskandar, & Arya Putra Sundjaja. (2024). Eksistensi Cafe dalam Tren Cafe Hopping Sebagai Pengembangan Aktivitas Urban Tourism di Banyuwangi. *Economic Reviews Journal*, 3(4). <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i4.585>
- Fitri, Najmiati, N., & Leisubun, T. P. V. (2024). PENGARUH HARGA, LOKASI, WOM DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA KINIEAST CAFE. *Mufakat Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 616.

- Hanina, H., & Fatikhah, I. (2024). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Lingkungan Fisik Cafe Sisi Sungai. *In Prosiding Seminar Psikologi (PROSEPSI)*, 1(1), 47–66.
- Ilahi, A. A. A., Beddu, M., Nurbakti, R., & Putra, P. (2025). Strategi Word of Mouth Cafe Cerita Kopi dalam Meningkatkan Kunjungan Pelanggan. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(1), 168–173. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i1.391>
- Lating, F. A., & Zulfikar, R. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengunjung di The Bond's Cafe Setelah Pandemi COVID-19. *Journal of Economics Management Business and Accounting*, 3(1), 61–81. <https://doi.org/10.34010/jemba.v3i1.10100>
- Loba, S. K., & Situmorang, T. (2023). PERAN SUASANA CAFE, MEDIA SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERKUNJUNG KEMBALI. *Jurnal Dinamika Ekonomi Rakyat*, 2(1), 35–47. <https://doi.org/10.24246/dekat.v2i1.13186>
- Lobang, Y. M., Krisnanda, R., Fitriatul 'Ulya, A., & Puspitasari, R. (2022). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Atraksi Dan Pelayanan Tambahan Terhadap Minat Kunjungan Pada Cafe Sawah Desa Wisata Pujon Kidul. *Jurnal Pariwisata Tourista*, 2(2), 7–17. <https://doi.org/10.26905/jt.v2i2.8410>
- Mahatama, I. P. C., Imbayani, I. G. A., & Prayoga, I. M. S. (2025). Pengaruh Servicescape, Customer Experience, Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Bloo Lagoon Restaurant and Cafe. *EMAS*, 6(10), 2360–2373. <https://doi.org/10.36733/emas.v6i10.12740>
- Novitasari, W., & Handayani, C. M. S. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Wom Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Cafe Senewen Time Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 86–93.
- Priambada, I. D. P., & Komang Endrawan Sumadi Putra, K. E. S. P. (2024). Pengaruh Customer Experience dan Kualitas Pelayanan Terhadap Niat Beli Ulang Studi pada Samma Coffee and Eatery. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(3), 42–49. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i3.75595>
- Retto Djong, A. M. (2024). ANALISIS BISNIS MODEL CANVAS PADA CAFE CLEGUK: STEAK & SHAKE TAWANGMANGU. *Jurnal Kewirausahaan Bukit Pengharapan*, 4(1), 32–45. <https://doi.org/10.61696/juwira.v3i1.384>
- Rizaldi, T., & Hutasuhut, S. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Suasana Toko Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Meuligoe Kupi Atjeh Binjai. *Growth*, 22(2), 291. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.5366>
- Wada, F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, M. I. S., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J. S., Ferdinan, Puspitaningrum, J., Ifadah Erlin, & Rahman, A. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Windy Kartika, & Emmelia Tricia Herliana. (2026). Elemen-elemen Pendukung Desain Interior Cafe: Menciptakan Kenyamanan Psikologis untuk Generasi Z di Seturan Yogyakarta. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Industri Terapan*, 5(1), 218–229. <https://doi.org/10.55826/jtmit.v5i1.1302>