

## ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman semakin berkembang pesat terutama persaingan bisnis industri kopi di Indonesia yang menjadi semakin ketat untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, ditandai dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang gemar mengonsumsi kopi sebagai gaya hidup yang baru dan munculnya berbagai kompetitor di industri tersebut.

Penelitian ini menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan Starbucks di Indonesia. Sampel pada penelitian ini adalah para pelanggan yang pernah melakukan transaksi di Starbucks di Indonesia.

Peneliti memasukan unsur *Atmosphere*, *Employee Attitude*, *IT Service*, dan *Coffee Quality* sebagai anteseden dan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada responden yang sesuai dengan karakteristik sampel yang telah dijelaskan. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 620 responden yaitu masyarakat di Indonesia dan merupakan pelanggan Starbucks. Metode analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modelling (SEM)* dan *Confirmatory Factor Analysis (CFA)* menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keenam variabel yang dihipotesiskan mendapatkan tanggapan yang baik dari responden yang ada di Indonesia. *Atmosphere*, *Employee Attitude*, *IT Service*, *Coffee Quality* secara statistik berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta *Satisfaction* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *Customer Loyalty*.

Peneliti menyarankan agar pihak manajemen Starbucks dapat meningkatkan kualitas terutama aroma dari menu kopi yang ditawarkan oleh Starbucks dengan meningkatkan kualitas biji kopi, meningkatkan teknik *roasting* biji kopi dan meningkatkan teknik *brewing* setiap barista Starbucks. Saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis faktor-faktor lainnya guna dapat mengetahui lebih luas faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan.

**Kata Kunci:** *Atmosphere*, *Employee Attitude*, *IT Service*, *Coffee Quality*, *Satisfaction* and *Customer Loyalty*