

Pengaruh Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Cafe Vizie Lahat

Yova Herliza¹⁾; Rudi Eduar²⁾; Hestin³⁾

^{1,2,3)}Study Program of Management, Faculty of Economic and Business, Universitas Serelo Lahat

Email: ¹⁾ yovaherliza7@gmail.com; ²⁾ rudieduarshmm@gmail.com; ³⁾ Hestin.stie@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [20 Oktober 2025]

Revised [28 Januari 2026]

Accepted [30 Januari 2026]

KEYWORDS

Location, Facilities, and Customer Loyalty.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan di Cafe Vizie Lahat baik secara parsial ataupun simultan. Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif kuantitatif dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling* dengan metode rumus slovin dalam penentuan sampel. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 77 pelanggan yang dijadikan responden penelitian. Berdasarkan hasil penelitian didapat persamaan regresi $Y = 6,549 + 0,408 X_1 + 0,431 X_2 + e$, berarti bila tanpa adanya variabel Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) maka Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 6,549. Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,764, berarti variabel-variabel bebas (independen) mempunyai sumbangan dengan variabel dependen sebesar 76,4 % dan sisanya 23,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS versi 25.0 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 119,769 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,120 dengan demikian $119,769 > 3,120$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa variabel Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y). Nilai T_{tabel} sebesar 1,665. Dengan membandingkan nilai T_{hitung} dan T_{tabel} maka dapat disimpulkan: variabel Lokasi (X_1) dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $4,085 > 1,665$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Fasilitas (X_2) dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $4,196 > 1,665$, maka variabel Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Cafe Vizie Lahat.

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Location and Facilities on Customer Loyalty at Cafe Vizie Lahat either partially or simultaneously. This study is a quantitative associative research using the *Accidental Sampling* technique with the slovin formula method in determining samples. The sample used in this study amounted to 77 customers who were used as research respondents. Based on the results of the study, the regression equation $Y = 6.549 + 0.408 X_1 + 0.431 X_2 + e$, means that without the variables Location (X_1) and Facility (X_2), Customer Loyalty (Y) is 6.549. The value of the determination coefficient (R^2) is 0.764, meaning that the independent variables have a contribution with the dependent variable of 76.4% and the remaining 23.6% are influenced by other factors that were not studied by the author. Based on the results of SPSS processing version 25.0, the F_{cal} value was obtained of 119.769 while the F_{table} value was 3.120 thus $119.769 > 3.120$, then H_0 was rejected and H_a was accepted, meaning that the variables of Location (X_1) and Facility (X_2) together had a significant effect on Customer Loyalty (Y). The T_{table} value is 1.665. By comparing the values of T_{count} and T_{table} , it can be concluded: the Location variable (X_1) with the value of $T_{count} > T_{table}$ or $4.085 > 1.665$, then H_0 is rejected and H_a is accepted. Facility (X_2) with a T_{cal} value of $> T_{table}$ or $4,196 > 1,665$, then the variables Location (X_1) and Facility (X_2) have a partial effect on Customer Loyalty (Y) at Cafe Vizie Lahat.

PENDAHULUAN

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu di tempuh lokasi tujuan. Lokasi merupakan salah satu elemen penting dalam menentukan keberhasilan usaha, karena lokasi usaha haruslah dekat dengan keramaian, mudah dijangkau aman dan pada umumnya lebih disukai pelanggan. Lokasi yang strategis dapat meningkatkan visibilitas dan aksesibilitas, sehingga menarik lebih banyak pelanggan. Fasilitas merupakan salah satu penunjang bisnis, dimana dengan adanya fasilitas dapat membuat pelanggan merasa nyaman dan juga memiliki peran penting untuk memikat dan mempertahankan para pembeli. Fasilitas adalah segala sarana dan prasarana utama pada jasa sebagai penunjang berjalannya sebuah usaha. Fasilitas seperti wi-fi gratis, area parkir yang memadai, kenyamanan tempat duduk, serta suasana yang menarik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk kembali.

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu aspek penting dalam keberlangsungan bisnis, terutama dalam industri kuliner yang sangat kompetitif. Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan yang bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat tersebut. Demikian juga di cafe vizie lahat memiliki strategi dan keunggulan yang berbeda. Cafe Vizie Lahat berdiri sejak Tahun 2016, yang terletak di jalan social RT 11 RW 03 Gunung Gajah Lahat / Eks

Polsekta. Dari hasil pengamatan yang telah peneliti amati masalah yang di dapati lokasi yang kurang strategis sehingga sulit dijangkau dan diketahui oleh pelanggan, serta pengembangan fasilitas belum ada pembaruan atau upgrade yang dapat memicu kurangnya daya tarik pada pelanggan. Di lihat dengan pertumbuhan jumlah cafe yang sangat pesat, pemilik cafe harus mengetahui bagaimana faktor-faktor lokasi dan fasilitas yang mempengaruhi loyalitas pelanggan agar dapat melakukan perbaikan atau inovasi agar dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka kembali. Berikut adalah daftar jumlah pelanggan atau Pelanggan yang datang pada Cafe Vizie Lahat selama 5 bulan terakhir mulai dari bulan November 2024 sampai Maret 2025. Maka uraian di atas penelitian ini akan mengkaji bagaimana pengaruh lokasi dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan di cafe vizie lahat.

LANDASAN TEORI

Loyalitas Pelanggan

Kesetiaan loyalitas pelanggan (*loyalty*), di dunia pemasaran merupakan ukuran kelangsungan Cafe. Karena dengan memiliki pelanggan setia, Cafe mendapat jaminan produknya akan terus dibeli dan bisnis ke depan akan berjalan lancar. Menurut (Atmaja, 2020) indikator dalam loyalitas pelanggan yaitu:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes Regular Repeat Purchase*). Pembelian seseorang yang secara terus menerus akan sangat menguntungkan bagi pemilik usaha, dikarenakan pelanggan tersebut sudah mempercayakan produk tersebut kepada tempat usaha tersebut.
2. Tidak melakukan pembelian di luar lini produk/jasa (*Purchases Across Product And Service Lines*). Tidak melakukan pembelian di luar lini produk salah satu kebanggaan terhadap usaha karena pelanggan mereka tidak lari dari usaha lain yang sejalan dengan usaha tersebut.
3. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates An Immunity To The Full Of Competition*). Kekebalan yang dimaksud disini pelanggan tidak terpengaruh dengan apa yang mereka dengar dari orang lain dan tetap memilih produk tersebut.

Lokasi

Menurut (Fandy, 2020) lokasi merupakan tempat dimana suatu usaha kegiatan usaha atau Cafe beroperasi, menghasilkan barang atau jasa dan menjangkau pasar sasaran. Lokasi yang baik dapat memudahkan penyedia jasa berhasil dalam menjalankan usahanya. Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud lokasi adalah suatu keputusan Cafe atau lembaga untuk menentukan tempat usaha, aktivitas usaha dan kegiatan usaha atau kegiatan operasionalnya. Menurut (Tjiptono, 2020), menjelaskan bahwa terdapat indikator-indikator dalam pemilihan tempat atau lokasi, pada penelitian ini indikator lokasi yang digunakan dalam pemilihan tempat adalah :

1. Akses atau lokasi
Kemudahan akses ke lokasi, seperti jarak, waktu tempuh, atau biaya.
2. Visibilitas
Tingkat keterlihatan lokasi, seperti lokasi yang strategis atau lokasi yang mudah dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.
3. Lalu Lintas
Intensitas lalu lintas di sekitar lokasi usaha dapat mempengaruhi jumlah pengunjung dan kenyamanan pelanggan.
4. Ekspansi
Lokasi harus memungkinkan perluasan usaha di masa depan yang dibutuhkan.
5. Lingkungan
Kondisi lingkungan sekitar lokasi usaha, seperti kebersihan, keamanan, dan keindahan, dapat mempengaruhi citra usaha.
6. Ketersediaan Tempat Parkir, tempat parkir yang memadai dan aman akan menarik lebih banyak pelanggan.

Fasilitas

Menurut (Wibsono & Achsa A., 2020) Fasilitas merupakan penunjang yang digunakan Cafe dalam usaha untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Fasilitas merupakan hal yang harus diperhatikan Cafe untuk memudahkan pelanggan mendapatkan kebutuhan-kebutuhannya. Sebelum Cafe menawarkan jasa, Cafe terlebih dahulu harus menyediakan fasilitas yang mendukung jasa yang ditawarkan. Menurut (Nadianingrum N. W., 2020) indikator fasilitas ialah :

1. Perencanaan Ruangan
Unsur ini mencakup arsitektur, seperti penempatan perabot dan perlengkapan dalam ruangan.
2. Perlengkapan dan perabotan

Unsur ini berfungsi sebagai sarana yang memberikan kenyamanan dan kesenangan, sebagai pajangan atau sebagai insfatuktur pendukung bagi pengguna jasa.

3. **Pertimbangan/Perencanaan spasial**

Aspek seperti proporsi, kenyamanan dan lain-lain dipertimbangkan, dikombinasikan dan dikembangkan untuk memancing respon intelektual maupun emosional dan pemakai atau orang yang melihatnya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal, yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel independen dan variabel dependen, yaitu untuk mengetahui hubungan sebab akibat lokasi dan fasilitas terhadap loyalitas pelanggan Menurut (Sugiyono, 2020) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek / subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah bulan november 2024 - maret 2025 sebanyak 328 Pelanggan. yang di gunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Accidental Sampling* (teknik penentuan sampel berdasarkan spontanitas). *Accidental sampling* merupakan teknik penentuan sampel secara kebetulan, atau isidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

$$n = \frac{328}{1 + 328(10\%)^2} \quad n = \frac{328}{1 + 328(0.01)} \quad n = \frac{328}{1 + 3,28} \quad n = \frac{328}{4,28} \quad n = 76,6 \text{ dibulatkan menjadi } 77 \text{ sampel}$$

Hitunglah di atas, maka ukuran sampel minimal dalam penelitian ini ditetapkan dengan $\alpha = 0,05$ (derajat kepercayaan 95%) maka diperoleh ukuran sampel 77, maka pada penelitian ini ditentukan sampel berjumlah **77 sampel** pelanggan di cafe vizie lahat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikansi yang membangun nilai *corrected item - total correlation* (rhitung) dengan tabel.

Variabel Lokasi (X₁)

Hasil uji validitas untuk item pertanyaan variabel lokasi adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas Variabel X₁

Item Pertanyaan	Hasil <i>Corrected item - total correlation</i>	r tabel	Keterangan
P1	0,375	0,2242	Valid
P2	0,388	0,2242	Valid
P3	0,306	0,2242	Valid
P4	0,316	0,2242	Valid
P5	0,338	0,2242	Valid
P6	0.282	0,2242	Valid
P7	0,373	0,2242	Valid
P8	0,426	0,2242	Valid
P9	0,247	0,2242	Valid
P10	1	0,2242	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan itu memiliki nilai *Corrected item - total correlation* > r-tabel (0,2242). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan untuk variabel lokasi (X₁) dinyatakan valid.

Variabel Fasilitas (X₂)

Hasil uji validitas untuk item pertanyaan variabel fasilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Pengujian Validitas Variabel X₂

Item Pertanyaan	Hasil Corrected item - total correlation	r tabel	Keterangan
P1	0,234	0,2242	Valid
P2	0,229	0,2242	Valid
P3	0,243	0,2242	Valid
P4	0,245	0,2242	Valid
P5	0,255	0,2242	Valid
P6	0,225	0,2242	Valid
P7	0,227	0,2242	Valid
P8	0,405	0,2242	Valid
P9	0,231	0,2242	Valid
P10	1	0,2242	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil tabel 2 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan itu memiliki nilai *Corrected item - total correlation* > r-tabel (0,2242). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan untuk variabel fasilitas (X₂) dinyatakan valid.

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil uji validitas untuk item pertanyaan variabel loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y

Item Pertanyaan	Hasil Corrected item - total correlation	r tabel	Keterangan
P1	0,322	0,2242	Valid
P2	0,371	0,2242	Valid
P3	0,262	0,2242	Valid
P4	0,321	0,2242	Valid
P5	0,234	0,2242	Valid
P6	0,233	0,2242	Valid
P7	0,306	0,2242	Valid
P8	0,349	0,2242	Valid
P9	0,271	0,2242	Valid
P10	1	0,2242	Valid

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil tabel 3 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan itu memiliki nilai *Corrected item - total correlation* > r-tabel (0,2242). Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah uji untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu koesioner dinyatakan realibel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur realibilitas digunakan uji statistic *Cronbach Alpha* dengan nilai > 0.60.

Variabel Lokasi (X₁)

Hasil pengujian reliabilitas variabel lokasi dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.861	10

Sumber: Data diolah 2025

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,861 > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel lokasi dinyatakan reliabel.

Variabel Fasilitas (X₂)

Hasil pengujian reliabilitas variabel fasilitas dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₂

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	10

Sumber: Data diolah 2025

Dari hasil uji reabilitas pada tabel dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844 > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel fasilitas dinyatakan reliabel.

Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Hasil pengujian reliabilitas variabel loyalitas pelanggan dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.833	10

Sumber: Data diolah 2025

Dari hasil uji reabilitas pada tabel dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,833 > 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel loyalitas pelanggan dinyatakan reliabel.

Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh kedua variabel yakni meliputi: Lokasi Fasilitas dan Loyalitas Pelanggan, maka digunakan persamaan regresi dan korelasi dengan menggunakan program SPSS 25.0 dengan persamaan: $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.549	2.069		3.165	.002
	Lokasi	.408	.100	.447	4.085	.000
	Fasilitas	.431	.103	.460	4.196	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan hasil analisis data seperti yang telah disajikan pada tabel 4.14 diatas, persamaan regresi yang didapat adalah: $Y = 6,549 + 0,408 X_1 + 0,431 X_2 + e$

α = Apabila Lokasi (X₁) dan variabel Fasilitas (X₂) ditiadakan atau diasumsikan nol maka tingkat Loyalitas Pelanggan (Y) Vizie Cafe Lahat sebesar 6,549.

X₁= Koefisien regresi sebesar 0,385 , artinya bahwa setiap ada peningkatan Lokasi (X₁) sebesar satu-satuan maka meningkatkan Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,408 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan

X₂= Koefisien regresi sebesar 0,431 , artinya bahwa setiap ada peningkatan variabel fasilitas (X₂) sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan Loyalitas pelanggan (Y) sebesar 0,431 dengan asumsi variabel lain tetap atau konstan.

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $pvalue < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) dan jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ atau $pvalue > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga tidak terdapat pengaruh Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 8 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.549	2.069		3.165	.002
	Lokasi	.408	.100	.447	4.085	.000
	Fasilitas	.431	.103	.460	4.196	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Sumber: Data diolah 2025

Berdasarkan tabel 8 diatas dengan pengujian secara parsial (uji t) didapat:

1. Nilai T_{hitung} untuk variabel Lokasi (X_1) diperoleh nilai sebesar 4,085 sedangkan nilai T_{tabel} sebesar 1,665 dengan demikian $4,085 > 1,665$ dan nilai $p\ value < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh Lokasi (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh signifikan dari variabel Lokasi (X_1) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y)
2. Nilai T_{hitung} untuk variabel Fasilitas (X_2) diperoleh nilai sebesar 4,196 sedangkan nilai T_{tabel} sebesar 1,665 dengan demikian $4,196 > 1,665$ dan nilai $p\ value < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga terdapat pengaruh Fasilitas (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), jadi hipotesis dalam penelitian ini terbukti menunjukkan ada pengaruh signifikan dari variabel Fasilitas (X_2) terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	858.579	2	429.289	119.769	.000 ^b
	Residual	265.239	74	3.584		
	Total	1123.818	76			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi

Berdasarkan tabel 9 diatas, diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 119,769 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,120 dengan demikian $119,769 > 3,120$ dan nilai $p\ value < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti bahwa variabel Lokasi (X_1) dan Fasilitas (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Keofisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi(R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.874 ^a	.764	.758	1.893
a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Lokasi				
b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan				

Sumber: Data diolah 2025

Dari tabel 10 diatas menunjukkan nilai koefisien determinasi (R²) adalah sebesar 0,764 , berarti variabel-variabel bebas (independen) mempunyai sumbangan terhadap variabel terikat (dependen) sebesar 76,4 % dan sisanya 23,6 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Lokasi (X₁) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Café Vizie Lahat
2. Fasilitas (X₂) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Café Vizie Lahat
3. Lokasi (X₁) dan Fasilitas (X₂) secara bersama – sama berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) di Café Vizie Lahat

Saran

1. Berdasarkan hasil analisis uji parsial (uji-t) yang paling dominan berpengaruh dalam peningkatan loyalitas pelanggan adalah fasilitas. Untuk itu hendaknya Café Vizie Lahat terus menjaga kebersihan dan meningkatkan fasilitas guna menciptakan loyalitas pelanggan di Café Vizie Lahat
2. Lokasi café vizie lahat sudah cukup strategis untuk dijangkau oleh pelanggan sehingga café vizie lahat hanya perlu memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan pembelian guna terus menjaga loyalitas pelanggan.
3. Dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi gambaran untuk hasil penelitian dengan tema yang sama, tetapi penulis sangat berharap kepada peneliti selanjutnya untuk terus mengembangkan variabel penelitian, yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Atmaja, A. S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Klinik Kecantikan Felisa Skin Care Di Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. *Jurnal Economica*, 8(1), 1-14.
- Fandy, T. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta.
- Nadianingrum, N. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara. *Khazanah Ilmu Berazam*. 3(3).
- Nadianingrum, N. W. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Capella Dinamik Nusantara. (Vol. 3).
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2020). *Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan*. Yogyakarta.

- Wibsono & Achsa, A. 2. (Journal Image). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Service Kendaraan. (Vol. 9).
- Wibsono & Achsa, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Melakukan Service Kendaraan.