

ABSTRAKSI

Bermula dari keresahan yang dirasakan terhadap suatu kedai kopi yang sebenarnya memiliki ekspektasi tinggi terhadap potensi perkembangannya namun pada realitanya *coffee shop* ini mengalami penurunan pendapatan yang sangat signifikan dalam beberapa bulan terakhir, kedai kopi ini adalah Orvia Coffee. Maka dari itu diperlukan penelitian terhadap nilai yang dirasakan pelanggan Orvia Coffee atau *perceived value* untuk melihat faktor – faktor apa saja yang dianggap sebagai suatu *value* bagi pelanggan sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan Orvia Coffee itu sendiri. Oleh karena itu penelitian yang dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Model* (SEM) untuk melihat variable apa saja yang memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Hasil dari observasi tersebut kemudian dilakukan perancangan strategi berdasarkan variable – variable yang memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan serta melakukan diskusi dalam perancangannya dengan pihak manajemen Orvia Coffee untuk mendapatkan rekomendasi dan saran terhadap strategi – strategi yang patut untuk dianalisa lebih lanjut. Analisa dilakukan menggunakan *Importance Satisfaction Analysis* (ISA) untuk mengetahui strategi apa yang harus dijadikan prioritas untuk dipertahankan maupun ditingkatkan.

Key Words: *Coffee Shop, Value, Loyalty, Structural Equation Model, Importance Satisfaction Analysis*



ABSTRACT

Starting from the disquiet that felt towards on an coffee shop that actually has high expectations of its development potential, but in reality its still relatively This coffee shop has experienced a very significant decrease in income in the last few months, this coffee shop is Orvia Coffee. Therefore research about customer perceived value of Orvia Coffee is needed to see what factors are considered as a value for customers so as to increase customer loyalty in the fitness center itself. Therefore, the research using the Structural Equation Model (SEM) method to see what variables that have a positive influence on customer loyalty. The results of these observations are then carried out to designing strategies based on variables that have a positive influence on customer loyalty and conducting discussions with the fitness center's management about the purposed strategies to get recommendations and suggestions for strategies that deserve further analysis. Analysis is carried out using Importance Satisfaction Analysis (ISA) tools to find out what strategies should be prioritized to be maintained or improved.

Key Words: *Fitness Center, Value, Loyalty, Structural Equation Model, Importance Satisfaction Analysis*

