

**PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER
RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN *SERVICE QUALITY*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Disusun Oleh:

Mila Nur Hidayah
NIM.2022081019

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI

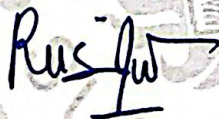
Disusun Oleh:

MILA NUR HIDAYAH
NIM.2022081019

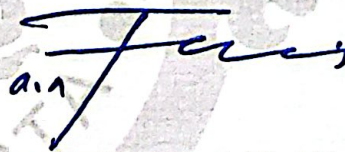
Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
Pada Tanggal 07 Bulan Agustus Tahun 2026

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si.
NIDN. 0601058202



Arya Budi Sutopo, S.AB., MA.
NUPTK. 2845770671130362

Mengetahui

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta



Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB.
NIDN. 0615079101

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI

Disusun Oleh:

MILA NUR HIDAYAH
NIM. 2022081019

Skripsi ini telah diterima dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta
Pada Tanggal 07 Bulan Agustus Tahun 2026

Dewan Penguji:

1. Penguji I

Nama : Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si.

NIDN : 0601058202

Rusjw
(.....)

2. Penguji II

Nama : Arya Budi Sutopo, S.AB., MA.

NUPTK : 2845770671130362

a. n. Feru
(.....)

3. Penguji III

Nama : Annisa Indah Mutiasari, SE., MM.

NIDN : 0628078505

Annisa
(.....)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni
Universitas Sahid Surakarta

Faqih

Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si.

NIDN. 0602058801

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis
Universitas Sahid Surakarta

Anggit

Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB.

NIDN. 0615079101

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Saya Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MILA NUR HIDAYAH

NIM : 2022081019

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir/Skripsi:

Judul : **PENGARUH *STORE ATMOSPHERE, CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT, DAN SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI**

Adalah benar-benar karya yang saya susun sendiri. Apabila terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan karya milik orang lain, seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Sahid Surakarta termasuk pencabutan gelar sarjana yang telah saya peroleh.

Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila dikemudian hari terbukti melakukan kebohongan, maka saya akan menanggung segala konsekuensinya.

Surakarta, 12 Agustus 2026

Yang Menyatakan,




Mila Nur Hidayah

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Universitas Sahid Surakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Mila Nur Hidayah
NIM : 2022081019
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : SOSIAL, HUMANIORA DAN SENI
Email : milanrhdyh04@gmail.com
Jenis Karya : SKRIPSI

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Sahid Surakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas skripsi saya yang berjudul:

PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI

Beserta instrument/desain/perangkat (jika ada). Berhak menyimpan, mengalihkan bentuk, digitalisasi, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat serta mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis (*author*) dan pembimbing sebagai (*coauthor*) atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa paksaan dari pihak manapun.

Surakarta, 12 Agustus 2026

Yang Menyatakan

Mila Nur




MOTTO

Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: “Fa inna ma’al - ‘usri Yusra, Inna ma’al - ‘usri Yusra”
“Setiap kesulitan pasti ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah 94:5-6)

“Pada Akhirnya, Ini Semua Hanya Permulaan”

(Nadin Amizah - Beranjak Dewasa)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, sungguh sebuah perjuangan yang cukup panjang telah peneliti lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang peneliti rasakan, dengan kerendahan hati karya sederhana ini peneliti dedikasikan sebagai bentuk terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sutrisno dan Mamak Tukini, dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Meskipun Bapak dan Mamak tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun selalu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mengusahakan serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Besar harapan penulis semoga Bapak dan Mamak selalu sehat, panjang umur, dan bisa menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.
2. Terima kasih penulis sampaikan kepada kakak saya Riska Defiana, atas semua dukungan, perhatian, doa, serta semangat yang senantiasa diberikan baik secara moril maupun materil, menjadi penyemangat bagi penulis dalam menempuh proses perkuliahan serta menyelesaikan pendidikan dengan sebaik-baiknya.
3. Ibu Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si. dan Bapak Arya Budi Sutopo, S.AB., MA. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bukan hanya membimbing akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terima kasih telah mempermudah setiap proses dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi.
4. Seluruh dosen Administrasi Bisnis, yang telah memberikan bimbingan, ilmu pengetahuan, serta wawasan yang luas kepada penulis selama proses perkuliahan.
5. Kepada sahabat-sahabat tercinta (Adhelya Jeanie Anggraeni Putri, Adila Eva Amaraningtyas, Diah Anggi Navita, Diva Mahes Wari dan Talitha Sahda Hanifah), perjumpaan kita di bangku perkuliahan merupakan anugerah yang tidak pernah penulis sangka sebelumnya. Terima kasih telah

menjadi bagian dari perjalanan panjang ini. Meskipun setelah ini akan menjalani kehidupan masing-masing yang berbeda, kesibukan yang berbeda, dan mungkin berada di kota yang berbeda, semoga pertemanan ini akan selalu terjaga selamanya.

6. Kepada teman-teman seperjuangan, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kebersamaan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh pihak yang terlibat, memberikan doa serta dukungan dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.
8. Terakhir, kepada diri saya sendiri Mila Nur Hidayah. Terima kasih telah bertahan sejauh ini dan terus berjalan melewati segala tantangan yang semesta hadirkan. Apresiasi yang sebesar-besarnya telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Setiap air mata doa, dan usaha telah menjadi saksi betapa berharganya proses ini. Mari bekerja sama untuk lebih berkembang lagi menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari. *God thank you for being me independent woman, I know there are more great ones but I'm proud of this achievement.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH *STORE ATMOSPHERE*, *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN KAYANGAN CAFE & SPACE NGAWI”** dengan baik. Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk mendapat gelar S1 Administrasi Bisnis, selain itu juga untuk wawasan bagi mereka yang ingin meneliti hal serupa.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, berkat rahmat dan ridho-nya lah skripsi ini dapat terealisasi.
2. Ibu Dr. Sri Huning Anwariningsih, ST., M.Kom. selaku Rektor Universitas Sahid Surakarta.
3. Ibu Dr. Anniez Rachmawati Musslifah, M.Psi., Psikolog selaku Plt Wakil Rektor Bidang Sumber Daya, Keuangan dan Pengembangan Universitas Sahid Surakarta.
4. Ibu apt. Reni Ariastuti, M.Sc. selaku Plt Wakil Rektor Bidang Akademik, Kemahasiswaan, Alumni dan Kerjasama Universitas Sahid Surakarta.
5. Bapak Faqih Purnomosidi, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Sosial, Humaniora dan Seni Universitas Sahid Surakarta.
6. Ibu Anggit Dyah Kusumastuti, S.AB., M.AB. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Sahid Surakarta.
7. Ibu Dr. Rusnandari Retno Cahyani, SE., M.Si. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran dan kritik dalam penyusunan proposal skripsi ini.
8. Bapak Arya Budi Sutopo, S.AB., MA. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membantu memberikan arahan serta nasehat dalam penyusunan proposal skripsi ini.

9. Seluruh dosen pengajar pada Program Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu serta cerita pengalamannya dari awal semester hingga saat ini.
10. Pihak Kayangan Cafe & Space Ngawi yang telah memberikan izin dan membantu dalam proses penelitian.
11. Teruntuk kedua orang tua dan kakak tercinta, terima kasih atas doa, dukungan, serta motivasi yang tiada henti, dan kasih sayang yang sangat luar biasa.
12. Teman-temanku seperjuangan Program Studi Administrasi Bisnis yang selalu memberikan dukungan, semangat, bantuan, serta menjadi tempat berbagi suka dan duka selama masa perkuliahan hingga penyelesaian proposal skripsi ini.
13. Dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan proposal skripsi ini, Dimana tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Surakarta, 12 Agustus 2026
Peneliti

Mila Nur Hidayah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis	11
1.4.2. Manfaat Praktis	11
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. <i>Relationship Marketing Theory</i>	19
2.3. <i>Store Atmosphere</i>	23
2.3.1. Definisi <i>Store Atmosphere</i>	23
2.3.2. Indikator <i>Store Atmosphere</i>	24
2.3.3. Manfaat <i>Store Atmosphere</i>	25
2.3.4. Hubungan <i>Store Atmosphere</i> dengan Loyalitas Pelanggan.....	25
2.4. <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	26

2.4.1. Definisi <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	26
2.4.2. Indikator <i>Customer Relationship Management</i> (CRM).....	27
2.4.3. Manfaat <i>Customer Relationship Management</i> (CRM)	28
2.4.4. Hubungan <i>Customer Relationship Management</i> (CRM) dengan Loyalitas Pelanggan	28
2.5. <i>Service Quality</i>	29
2.5.1. Definisi <i>Service Quality</i>	29
2.5.2. Indikator <i>Service Quality</i>	30
2.5.3. Manfaat <i>Service Quality</i>	31
2.5.4. Hubungan <i>Service Quality</i> dengan Loyalitas Pelanggan	31
2.6. Loyalitas Pelanggan	32
2.6.1. Definisi Loyalitas Pelanggan	32
2.6.2. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	34
2.6.3. Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	37
2.7. Kerangka Pemikiran	37
2.8. Hipotesis Penelitian.....	40
2.8.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi.....	40
2.8.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	41
2.8.3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	42
2.8.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> , <i>Customer Relationship Management</i> , dan <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
3.1. Jenis Penelitian	45
3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian	45
3.3. Variabel Penelitian.....	46
3.4. Skala Pengukuran Data	46
3.5. Definisi Operasional.....	47
3.6. Sumber Data	52
3.7. Populasi dan Sampel	53
3.7.1. Populasi	53

3.7.2. Sampel.....	53
3.8. Teknik Pengumpulan Data	54
3.9. Teknik Pengujian Instrumen.....	55
3.9.1. Uji Validitas.....	55
3.9.2. Uji Reliabilitas	56
3.10. Uji Asumsi Klasik	57
3.10.1. Uji Normalitas.....	57
3.10.2. Uji Multikolinearitas	58
3.10.3. Uji Heteroskedastisitas.....	58
3.11. Uji Hipotesis.....	59
3.11.1. Uji Analisis Regresi Linear	59
3.11.2. Uji Parsial (Uji t).....	60
3.11.3. Uji Simultan (Uji F)	60
3.11.4. Koefisien Determinasi.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	62
4.2. Karakteristik Responden	62
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	64
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Informasi Mengenai Kayangan Cafe & Space	65
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	66
4.3. Hasil Uji Instrumen Penelitian	67
4.3.1. Uji Validitas.....	67
4.3.2. Uji Reliabilitas	70
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik	71
4.4.1. Uji Normalitas	71
4.4.2. Uji Multikolinearitas	73
4.4.3. Uji Heteroskedastisitas.....	74
4.5. Hasil Uji Hipotesis	75
4.5.1. Uji Analisis Regresi <i>Linear</i> Berganda.....	75

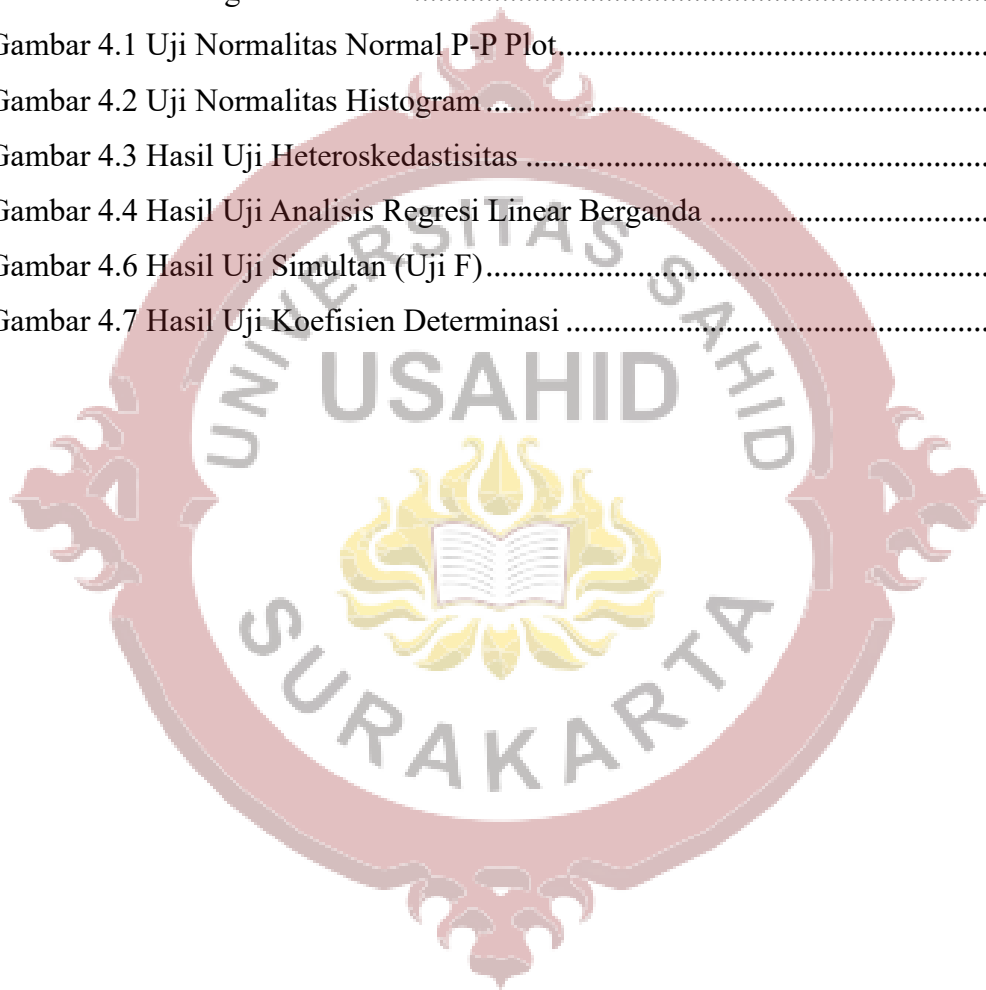
4.5.2. Uji Parsial (Uji t)	76
4.5.3. Uji Simultan (Uji F)	77
4.5.4. Koefisien Determinasi.....	78
4.6. Pembahasan	79
4.6.1. Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi.....	79
4.6.2. Pengaruh <i>Customer Relationship Management</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	80
4.6.3. Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	81
4.6.4. Pengaruh <i>Store Atmosphere, Customer Relationship Management</i> dan <i>Service Quality</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1. Kesimpulan.....	84
5.2. Keterbatasan Penelitian	85
5.3. Saran.....	85
5.3.1. Saran Praktis bagi Kayangan Cafe & Space	85
5.3.2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	47
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	48
Tabel 4. 1 Persentase Jenis Kelamin Responden	63
Tabel 4.2 Persentase Usia Responden.....	64
Tabel 4.3 Persentase Pekerjaan Responden	65
Tabel 4.4 Persentase Sumber Informasi.....	66
Tabel 4.5 Persentase Frekuensi Berkunjung	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Store Atmosphere.....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Customer Relationship Management.....	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Service Quality	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan.....	70
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73

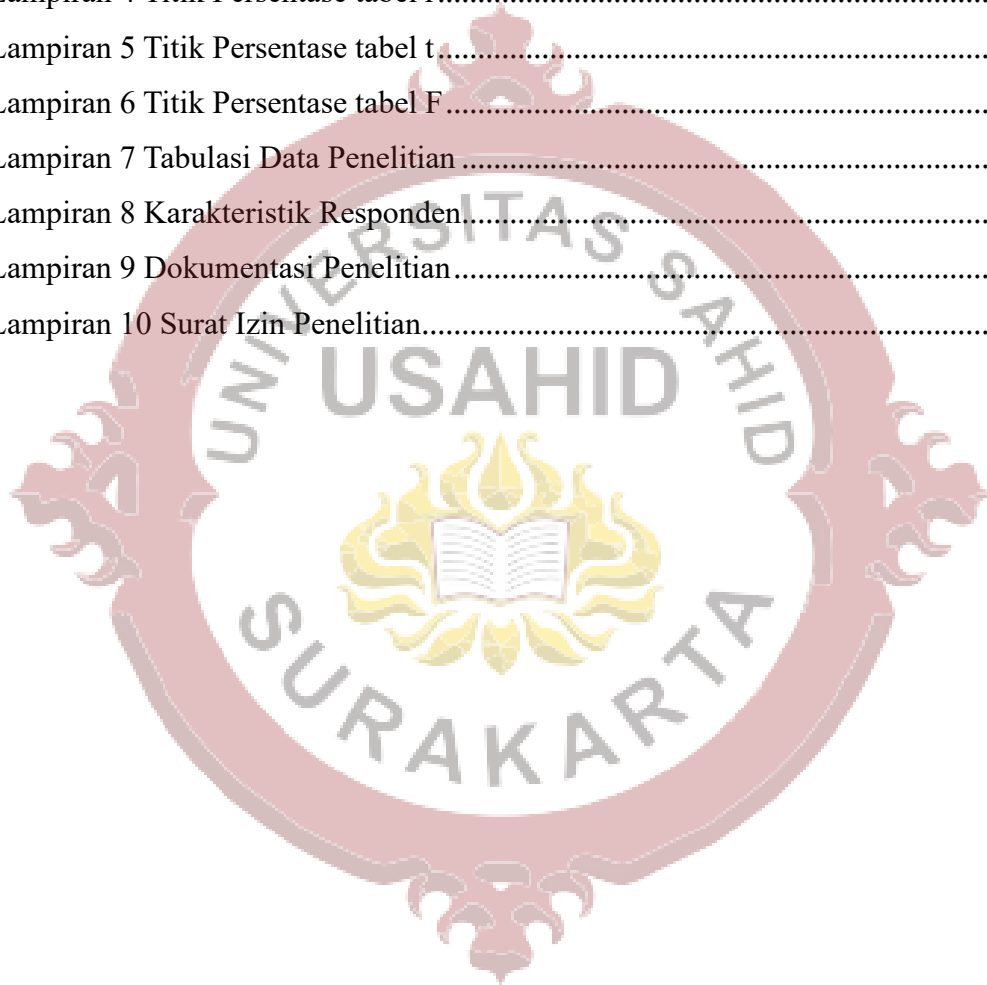
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hasil Pencarian Coffee Shop di Kabupaten Ngawi	2
Gambar 1.2 Rating Google Maps Kayangan Cafe & Space Ngawi	7
Gambar 1.3 Tampilan Media Sosial Kayangan Cafe & Space Ngawi.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 4.1 Uji Normalitas Normal P-P Plot.....	72
Gambar 4.2 Uji Normalitas Histogram	72
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	74
Gambar 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	75
Gambar 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	78
Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Uji Validitas.....	92
Lampiran 2 Hasil Uji Reliabilitas	96
Lampiran 3 Hasil Uji Multikolinearitas	96
Lampiran 4 Titik Persentase tabel r.....	97
Lampiran 5 Titik Persentase tabel t.....	99
Lampiran 6 Titik Persentase tabel F.....	101
Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian	103
Lampiran 8 Karakteristik Responden.....	143
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	155
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	156



ABSTRAK

Persaingan industri Food and Beverage (F&B), khususnya coffee shop, semakin meningkat sehingga loyalitas pelanggan menjadi aspek penting bagi keberlangsungan usaha. Kayangan Cafe & Space Ngawi memiliki keunggulan berupa konsep alam, suasana yang nyaman, serta fasilitas yang beragam, namun masih menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Store Atmosphere, Customer Relationship Management, dan Service Quality terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi dengan jumlah yang tidak diketahui secara pasti. Sampel sebanyak 385 responden ditentukan menggunakan rumus Lemeshow dan dipilih melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis dengan regresi linear berganda, uji t, uji F, serta koefisien determinasi menggunakan SPSS 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Store Atmosphere berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung 5,630. Customer Relationship Management juga berpengaruh positif dan signifikan dengan t hitung 6,899 serta menjadi variabel paling dominan. Service Quality berpengaruh positif dan signifikan dengan t hitung 5,615. Secara simultan, ketiga variabel berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan F hitung 246,393. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,657 menunjukkan bahwa 65,7% variasi loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Store Atmosphere, Customer Relationship Management, dan Service Quality berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Customer Relationship Management menjadi faktor yang paling dominan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan Kayangan Cafe & Space Ngawi.

Kata Kunci: Store Atmosphere, Customer Relationship Management, Service Quality, Loyalitas Pelanggan, Food and Beverage

ABSTRACT

Competition in the Food and Beverage (F&B) industry, particularly among coffee shops, is intensifying, making customer loyalty a crucial aspect of business sustainability. While Kayangan Cafe & Space Ngawi boasts advantages such as a nature-inspired concept, a comfortable atmosphere, and diverse facilities, it still faces challenges in maintaining customer loyalty. This study aims to analyze the impact of Store Atmosphere, Customer Relationship Management, and Service Quality on customer loyalty. A quantitative approach with a causal-associative design was employed. The study population consisted of customers of Kayangan Cafe & Space Ngawi, with the exact total size unknown. A sample of 385 respondents was determined using the Lemeshow formula and selected via purposive sampling. Data were collected using Likert-scale questionnaires and analyzed through multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination using SPSS 27. The results indicate that Store Atmosphere has a positive and significant effect on customer loyalty, with a calculated t-value of 5.630. Customer Relationship Management also exerts a positive and significant influence, with a calculated t-value of 6.899, emerging as the most dominant variable. Service Quality has a positive and significant effect, with a calculated t-value of 5.615. Simultaneously, the three variables significantly influence customer loyalty, with a calculated F-value of 246.393. The Adjusted RSquare value of 0.657 indicates that these three variables can explain 65.7% of the variation in customer loyalty. Store Atmosphere, Customer Relationship Management, and Service Quality all positively and significantly affect customer loyalty, both individually and simultaneously. Customer Relationship Management is the most dominant factor in enhancing customer loyalty at Kayangan Cafe & Space Ngawi.

Keywords: Store Atmosphere; Customer Relationship Management; Service Quality; Customer Loyalty; Food and Beverage Industry.

