

PENGARUH SERVICE QUALITY, STORE ATMOSPHERE, DAN VARIASI PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MORNING BAKERY D'GREEN CITY KOTA TANJUNGPINANG

Azida Nur Fadhila¹, Abdul Jalal², Sufnirayanti³

azidanurfadhila@gmail.com¹, abduljalal@umrah.ac.id², sufnirayanti@umrah.ac.id³

Universitas Maritim Raja Ali Haji

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan (service quality), suasana toko (store atmosphere), dan variasi produk terhadap loyalitas konsumen Morning Bakery D'green City di Kota Tanjungpinang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif asosiatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian berjumlah 96 responden yang dipilih secara purposive sampling dari konsumen yang telah berkunjung minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, service quality dan variasi produk berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas konsumen, sedangkan store atmosphere tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, ketiga variabel independen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai Adjusted R² sebesar 0,664, yang berarti 66,4% variasi loyalitas dapat dijelaskan oleh model penelitian. Implikasi dari penelitian ini adalah bahwa manajemen perlu lebih memfokuskan upaya pada pengelolaan variasi produk dan peningkatan kualitas layanan untuk membangun loyalitas konsumen yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Suasana Toko, Variasi Produk, Loyalitas Konsumen, Morning Bakery.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality, store atmosphere, and product variety on customer loyalty at Morning Bakery D'green City in Tanjungpinang City. The research method used is associative quantitative with a survey approach. The research sample consisted of 96 respondents selected through purposive sampling from consumers who had visited at least twice in the last 3 months. Data were collected using questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results showed that partially, service quality and product variety had a significant positive effect on customer loyalty, while store atmosphere had no significant effect. Simultaneously, the three independent variables had a significant effect on customer loyalty with an Adjusted R² value of 0.664, meaning that 66.4% of the variation in loyalty can be explained by the research model. The implication of this research is that management needs to focus more efforts on managing product variety and improving service quality to build sustainable customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Store Atmosphere, Product Variety, Customer Loyalty, Morning Bakery.

PENDAHULUAN

Industri bakery di Indonesia mengalami kenaikan signifikan seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat urban. Perkembangan ini didorong oleh perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan produk kuliner praktis dan berkualitas tinggi. Roti, yang dahulu dikenal sebagai makanan golongan tertentu, kini telah bertransformasi menjadi bagian dari pola makan masyarakat Indonesia, khususnya di kota-

kota besar, yang dikonsumsi sebagai sarapan, kudapan, maupun makanan siap santap (Nasution, 2024). Sebagai Ibu kota Provinsi Kepulauan Riau dengan karakteristik sebagai daerah maritim dan pusat pemerintahan, Tanjungpinang menjadi lahan subur bagi tumbuhnya usaha bakery.

Tabel 1. Bakery yang ada di Kota Tanjungpinang

No.	Nama Bakery	Lokasi
1.	Family Bakery	Jl. R.H. Fisabilillah Batu 8 Atas
2.	Halber Bakery	Jl. Ganet, Pinang Kencana
3.	Mochaccino Bakery	Jl. Pemuda Blok C No. 15
4.	Morgan's Bakery	Jl. Gatot Subroto Km.5 bawah
5.	Morning Bakery	Jl. Raya Dompok
6.	N2 Cake House & Bakery	Jl. Raja Ali H., Sei Jang
7.	Ren'z Snack & Bakery	Jl. Raja Haji Fisabilillah
8.	Singamas Bakery	Jl. Soekarno Hatta N0.2
9.	Skanda Bakery & Café	Jl. Pramuka
10.	TAKAdeli Cake Boutique	Jl. Ketapang No.2
11.	Yak Seng Cakeshop	Jl. Ir. Sutami

Sumber: Data diolah, 2025

Munculnya berbagai bakery di atas membuktikan tingginya potensi pasar bakery di kota Tanjungpinang. Dengan banyaknya usaha sejenis membuktikan bahwa pentingnya pemilik usaha menjaga loyalitas konsumen agar usaha tetap berlangsung. Dunia bisnis kontemporer ditandai dengan intensitas persaingan yang tinggi. Agar dapat bersaing, para pelaku bisnis harus memaksimalkan kinerja perusahaan mereka dengan memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Kepuasan konsumen merupakan fondasi utama untuk membentuk loyalitas konsumen, yang menjadi kunci ketahanan bisnis dalam jangka panjang. Loyalitas konsumen mencakup lebih dari sekadar kebiasaan membeli ulang, tetapi juga merepresentasikan komitmen psikologis terhadap suatu merek. Konsumen yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga merekomendasikan merek kepada orang lain, sehingga menciptakan basis pelanggan yang stabil di tengah persaingan. Dalam kompetisi yang semakin ketat saat ini, faktor loyalitas pelanggan sangat penting untuk mempertahankan pangsa pasar dan terus berkembang. Loyalitas pelanggan tidak hanya menunjukkan frekuensi pembelian, tetapi juga menunjukkan kesetiaan terhadap merek dan dukungan emosional yang kuat terhadap produk yang dijual (Sahanggamu et al., 2025).

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, terdapat tiga faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam industri bakery. Kualitas Layanan (Service quality) menjadi fondasi utama mengingat interaksi langsung antara staf dan konsumen sangat mempengaruhi persepsi nilai. Kualitas Layanan yang baik, yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, akan membuat pelanggan puas dan setia (Lupiyoadi, 2014). Suasana Toko (Store atmosphere) meliputi tatanan toko, kebersihan, pencahayaan, dan kenyamanan fisik lainnya juga memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman belanja yang positif. Variasi Produk dengan penyajian menu yang beragam langsung menyentuh kebutuhan dan keinginan konsumen untuk memiliki banyak pilihan, dimana penelitian oleh (Ma'rifah, 2023) pada konteks serupa menampilkan bahwa diversitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Morning Bakery merupakan toko roti lokal yang beroperasi sejak tahun 1987 di Batam, telah berhasil berkembang di berbagai cabang di Batam, Tanjungpinang, dan Tanjungbalai Karimun. Morning Bakery D'green City yang dibuka pada tahun 2015 terletak di pusat aktivitas bisnis Tanjungpinang dikelilingi oleh universitas, perkantoran, dan pusat perbelanjaan, menjadikannya pilihan yang tepat untuk menikmati makanan siap

santap bagi mahasiswa, karyawan, dan keluarga. Morning Bakery D'green City beroperasi pukul 08:00 hingga pukul 21:00. Namun, berdasarkan observasi awal terdapat beberapa permasalahan yang berpotensi menghambat terbentuknya loyalitas konsumen.

Pertama, terkait kualitas layanan (*service quality*), terdapat ketidakkonsistenan dalam pelayanan yang diterima konsumen, dimana kualitas pelayanan yang diberikan tidak seragam pada setiap kunjungan. Kedua, mengenai suasana toko (*store atmosphere*), tidak tersedianya ruangan ber-AC menyebabkan ketidaknyamanan bagi konsumen non-perokok yang terpapar asap rokok dari konsumen perokok. Ketiga, dalam hal variasi produk, meskipun Morning Bakery menawarkan beragam pilihan menu, namun pada kenyataannya konsumen yang berkunjung pada siang hari seringkali tidak dapat menikmati variasi produk tersebut karena banyak item yang sudah habis terjual. Kondisi ini menyebabkan konsumen hanya mendapatkan pilihan terbatas dari sisa-sisa produk yang tersedia, sehingga variasi yang seharusnya menjadi daya tarik justru tidak dapat dinikmati secara optimal oleh konsumen yang memiliki waktu kunjungan terbatas pada siang hari.

Meskipun beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji pengaruh dari *service quality*, *store atmosphere*, dan variasi produk terhadap loyalitas secara parsial, penelitian yang mengintegrasikan ketiganya dalam satu model penelitian, khususnya pada konteks bisnis bakery di kota kepulauan seperti Tanjungpinang, masih sangat terbatas. Karakteristik konsumen lokal Tanjungpinang yang unik, dengan nilai-nilai kemaritiman dan kedekatan kultural, diduga kuat memoderasi kekuatan pengaruh masing-masing variabel. Dengan begitu, penelitian ini tidak hanya mereplikasi, tetapi juga mengkontekstualisasikan hubungan antar variabel tersebut dalam setting geografis dan sosio kultural yang spesifik.

Berdasarkan uraian di atas, meskipun Morning Bakery D'green City telah menjadi pilihan banyak konsumen, intensitas persaingan di kota maritim seperti Tanjungpinang menuntut pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor spesifik yang dapat mempertahankan dan meningkatkan loyalitas mereka. Kesenjangan (*gap*) yang hendak diisi oleh penelitian ini adalah dengan menganalisis secara simultan dan parsial pengaruh tiga variabel kunci kualitas layanan, suasana toko, dan variasi produk terhadap loyalitas konsumen pada konteks Morning Bakery D'green City di Tanjungpinang. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis yang signifikan bagi manajemen Morning Bakery D'green City dalam menyusun strategi pemasaran dan alokasi sumber daya yang lebih efektif dan efisien untuk membangun basis pelanggan setia yang kuat di tengah persaingan bisnis kuliner Tanjungpinang yang semakin sengit.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif melalui survei kuesioner ber-skala Likert yang disebarkan kepada 96 responden konsumen Morning Bakery D'green City di Tanjungpinang yang berusia 17 - 40 tahun dan telah berkunjung minimal dua kali dalam tiga bulan terakhir yang dipilih dengan teknik *purposive sampling* berdasarkan kriteria tertentu. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (*normalitas*, *multikolinearitas*, *heteroskedastisitas*), serta analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS 29 untuk menguji pengaruh variabel independen (*service quality*, *store atmosphere*, dan variasi produk) terhadap variabel dependen (*loyalitas konsumen*) secara parsial dan simultan, yang dilengkapi dengan uji *t*, uji *F*, dan koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan yang paling kuat terhadap loyalitas konsumen Morning Bakery D'green City, dengan koefisien regresi tertinggi (0,535) dan signifikansi 0,000. Service quality juga berpengaruh positif dan signifikan, meskipun dengan kontribusi yang lebih rendah (koefisien 0,308, signifikansi 0,004). Sementara itu, store atmosphere ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen (signifikansi 0,661), bahkan menunjukkan koefisien negatif (-0,063). Secara simultan, ketiga variabel tersebut secara bersama-sama mampu menjelaskan 66,4% variasi loyalitas konsumen ($\text{Adj. } R^2 = 0,664$), sementara sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model. Temuan ini mengindikasikan bahwa bagi konsumen bakery ini, ketersediaan dan keragaman produk adalah faktor penentu utama loyalitas, diikuti oleh kualitas layanan, sedangkan suasana toko belum menjadi pertimbangan signifikan dalam konteks kunjungan yang bersifat fungsional dan waktu terbatas.

KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan dari penelitian dan diskusi mengenai pengaruh kualitas layanan, suasana toko, dan variasi produk terhadap loyalitas pelanggan (Studi pada pelanggan Morning Bakery D'green City Kota Tanjungpinang), dapat dikatakan bahwa hal-hal berikut dapat diambil dari hasil penelitian dan diskusi tersebut:

1. Secara parsial

- 1) Variabel kualitas layanan (X1) berdampak positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,004 (kurang dari 0,05). Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang baik—yang mencakup bukti fisik, jaminan, empati, keandalan, dan ketanggapan—mampu membentuk loyalitas dan sikap positif konsumen, mendorong loyalitas.
- 2) Variabel suasana toko (X2) tidak berdampak signifikan terhadap loyalitas konsumen (Y), dengan nilai signifikansi 0,661 ($> 0,05$). Hasilnya menunjukkan bahwa di Morning Bakery D'green City, elemen suasana toko seperti luar, tata letak, dan dekorasi tidak menjadi faktor utama dalam menumbuhkan loyalitas pelanggan. Diduga lebih banyak dampak dari masalah fungsional seperti sirkulasi udara dan kenyamanan ruangan.
- 3) Variabel Variasi Produk (X3) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y). Variabel ini juga merupakan faktor yang paling penting. Dengan koefisien regresi dan beta standar tertinggi, hasil uji t menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa keragaman, kelengkapan, dan kualitas produk adalah faktor utama yang mendorong loyalitas pelanggan. Faktor utama yang mendorong pelanggan untuk kembali berbelanja adalah ketersediaan pilihan yang beragam dan sesuai selera.

2. Secara simultan

Kualitas layanan, suasana toko, dan variasi produk secara bersamaan memengaruhi loyalitas pelanggan. Hasil penelitian F menunjukkan bahwa ada nilai signifikansi 0,000 (di bawah 0,05). Dengan kata lain, ketiga komponen ini berkontribusi pada loyalitas pelanggan Morning Bakery D'green City.

Kekuatan Model: Model penelitian ini memiliki daya prediksi yang kuat. Variasi Loyalitas Konsumen sebesar 66,4% ($\text{Adj. } R^2 = 0,664$) dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen, sedangkan 33,6% lainnya disebabkan oleh faktor di luar model. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk, didukung oleh kualitas layanan yang baik, adalah faktor utama dalam membangun loyalitas pelanggan di

Morning Bakery D'green City Kota Tanjungpinang. Sementara itu, suasana toko belum berkontribusi dalam hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriana, A. E., & Sulistyawati, L. (2023). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Ludic Café (Studi Pada Pelanggan Ludic Café Kendangsari, Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 1614–1627. <https://journal.yrpioku.com/index.php/msej/article/view/1781>
- Agustin R. S. (2023). Pengaruh Variasi Produk, Harga Dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Tahu Sadis Joyoboyo Kota Kediri. *Maeswara: Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(6), 181–193. <https://journal.arimbi.or.id/index.php/Maeswara/article/view/390/376>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2005). The Influence of Attitudes on Behavior. <https://www.researchgate.net/publication/264000974>
- Baharuddin, A., & Sudaryanto, B. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Repurchase Decision Dan Loyalitas Konsumen Pada Coffee Shop (Studi Pada Konsumen Coffee Shop Di Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 10(5), 1–6. <https://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/3242>
- Berman, B., Evans, J. R., & Chatterjee, P. (2018). *Retail Management a strategic approach*. Pearson Education.
- Firdausi Ahsan, A., & Lukmandono, dan. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Produk Anita Family Bakery Sumenep. In *Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan I (SENASTITAN I)*. <https://ejournal.itats.ac.id/senastitan/article/view/1638>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26* (A. Heri S., Ed.; 10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, D., & Welsa, D. H. (2018). Kualitas Dan Desain Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Baju Dagadu Yogyakarta). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen Daulat Rakyat*, 2(2). <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/upajiwa/article/view/3265>
- Hidayah, S. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi (JIABI)*, 7(1). <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/niaga/article/view/5811>
- Hutagalung, C. D. H., & Hutabarat, Z. (2024). The influence of service quality, store atmosphere, pricefairness and customer satisfaction on consumer loyalty at Sallo Coffee in Jakarta. *Enrichment: Journal of Management*, 13(6). <https://enrichment.iocspublisher.org/index.php/enrichment/article/view/1843/1296>
- Ichsannudin, & Purnomo, H. (2021). *Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek* (R. R. Rerung, Ed.). Cv. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo press.
- Kalif, A. D., Monoarfa, T. A., & Fidhyallah, N. F. (2025). Pengaruh Brand Image, Store Atmosphere, Service Quality, dan Product Quality terhadap Customer Satisfaction pada Pelanggan Kopikina. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (JIEM)*, 3(7). <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/5815>
- Kolonio, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Service Quality, Trust, Dan Consumer Satisfaction Terhadap Consumer Loyalty Pada CV. Sarana Marine Fiberglass. *Jurnal EMBA :Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 831–840.
- Kotler, Philip., Armstrong, S., & Balasubramanian, S. (2024). *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., & Keller, K. Lane. (2016). *Marketing management*. Pearson Education Ltd.

- Ma'rifah, L. (2023). Pengaruh Cita Rasa, Keragaman Produk, dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amira Bakery Kebumen. Universitas Putra Bangsa Kebumen.
- Melisa, A., & Sitinjak, T. J. R. (2021). Peran Harga, Lokasi, Dan Suasana Toko Dalam Menciptakan Loyalitas Pelanggan Michelle Bakery Cibubur. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 3(2), 246–259. <https://ejurnal.stietribhakti.ac.id/index.php/TRIBISNIS/article/view/46>
- Muflih Azam, A., Zahrotul Mauluddiyah, L., Rukin, & Aisafitr, A. (2025). Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan (E. Hartutik, Ed.). Penerbit Widina Media Utama. www.freepik.com
- Naini, N. F., Sugeng Santoso, Andriani, T. S., Claudia, U. G., & Nurfadillah. (2022). The Effect of Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty. *Journal of Consumer Sciences*, 7(1), 34–50.
- Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, & Sugianta Ovinus Ginting. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 28(2), 197–215.
- Nasution, N. E. P. R. (2024). Pengaruh Price, Product Quality, Dan Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Di Domora Fresh Bakery & Cake Shop Kecamatan Tanjung Morawa. Universitas Medan Area.
- Ningsih, A. P. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Di Hy Coffee Medan. Universitas Medan Area.
- Pangestu, V. B. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal MSEJ*, 5(1), 1349–1359. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Philip Kotler, K. L. K. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Purwianti, L., Nuzula Agustin, I., Melodya, D., Erlin, E., Erni, E., Maggie, M., & Meliana, M. (2023). Analisa Pengaruh Service Quality, Price, Satisfaction, Trust, dan Product Quality terhadap Customer Loyalty Pada UMKM Morning Bakery Di Kota Batam. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 4(3), 148–158. <https://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/saintek/article/view/1029>
- Ralahallo, B. A. B., & Muhrim, M. R. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Di Mini Market Saburo Kota Ambon. 16(2). <https://ejurnal.stiaalazka.ac.id/index.php/ojs-hipotesa/article/view/66>
- Ramdani, A. Z. L. (2021). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Study Pada Pelanggan Queen coffee Lombok timur, NTB) [Universitas Islam Negeri Malik Maulana Ibrahim]. http://etheses.uin-malang.ac.id/view/creators/Ramdani=3AArdi_Zarhan_Lillahi=3A=3A.html
- Randi. (2018). *Teori Penelitian Terdahulu*. Erlangga.
- Riyanto, Moh. D. (2021). Pengaruh variasi produk, store atmosphere dan hedonic shopping terhadap pembelian impulsif ditinjau menurut perspektif ekonomi islam pada Eiger Adventure Store Kudus. Institut Agama Islam Negeri Kudus.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Entrepreneurship*, 1(2), 19. <https://journal.umg.ac.id/index.php/jre/article/view/418>
- Rosid, I. M. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang Pada Produk Alat Rumah Tangga [Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/dspace.uui.ac.id/123456789/56661>
- Sahanggamu, Y. R., Soepeno, D., & Saerang, R. (2025). The Influence of Product Variety, Brand Positioning and Brand Love on Customer Loyalty at Holland Bakery in Manado City. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 4(8), 2399–2414. <https://srhformosapublisher.org/index.php/fjas/article/view/274>
- Sejati, P. D. A. (2020). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Customer Loyalty Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada PT. Rotte Ragam Rasa di Pekanbaru). Universitas

- Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Setya, F. D., Lubis, M. R., & Effendy, S. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan dan Lokasi dengan Loyalitas Pelanggan di Raihan Bakery Cake & Shop Medan. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 2(2), 91–118. <https://jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/tabularasa/article/view/304>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo, Ed.; 5th ed.). CV. ALFABETA. www.cvalfabeta.com
- Sutarso, P. J. A., & Suyanto, A. (2019). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Marketplace Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 6(2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality & Customer Satisfaction* (5th ed.). Andi Publisher.
- Vania, A., & Wesilaturrohimieh. (2024). The Limited Impact of Store Atmosphere on Customer Loyalty: Insights from Customer Satisfaction Mediation. *Jurnal Computech & Bisnis*, 18(2), 217–226.
- Yolanda, R., Hardilawati, W. L., & Hinggo, H. T. (2021). Pengaruh Perceived Quality, Customer Relationship Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen. *Economics, Accounting and Business Journal*, 1(1), 146–156. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/224>