

ANALISIS LOKASI, FASILITAS, DAN HARGA SEBAGAI STRATEGI BERSAING DALAM PENINGKATAN LOYALITAS PELANGGAN STUDI KASUS PADA CAFE JALAN TENGAH KOTA PASURUAN

Azizah Nurul Afkarina¹⁾, MT. Ghifary²⁾, Eva Mufidah³⁾, Bambang Sutikno⁴⁾

^{1,2,3} Universitas Merdeka Pasuruan

azizahkarina22@gmail.com¹⁾, ghifary.one@gmail.com²⁾, eva.moev@gmail.com³⁾,
bambangtekno@gmail.com⁴⁾

Abstract

The business world continues to grow rapidly along with the progress of the globalization era, marked by high level of competition, including in the culinary industry. This research was conducted to formulate competitive strategies by using location, facilities and prices to increase customer loyalty with SWOT analysis method, referring to information on key informants for this research, namely managers, supervisors, employees and customers. The results showed that: (1) the strengths of Cafe Jalan Tengah are greater than the weaknesses as evidenced by the strengths score of 2.71 and the weaknesses of 0.61 with total IFAS table score of 3.32; (2) the opportunities for Cafe Jalan Tengah are greater than the threats, as evidenced by the opportunities score of 2.72 and the weaknesses of 0.71 with total IFAS table score of 3.43; (3) The position of Cafe Jalan Tengah in Quantitative Quadrant SWOT analysis is in quadrant I (positive, positive) which shows that the organization is strong and has opportunities; (4) The company's position in the IE matrix in cell V which means growth and stability; (5) the results of the IFAS and EFAS strategy combination score obtained the greatest value in the SO combination strategy with total score of 5.43.

Keywords: location, facilities, price, competitive strategy, customer loyalty

Abstrak

Dunia bisnis terus berkembang pesat sering kemajuan era globalisasi, ditandai dengan tingginya tingkat persaingan termasuk pada industri kuliner. Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi bersaing dengan menggunakan lokasi, fasilitas dan harga untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dengan metode analisis SWOT, mengacu informasi pada informan kunci untuk penelitian ini, yaitu manajer, supervisor, karyawan dan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kekuatan Kafe Jalan Tengah lebih besar dari kelemahan dibuktikan dengan skor kekuatan sebesar 2,71 dan kelemahan sebesar 0,61 dengan total skor tabel IFAS 3,32; (2) peluang Kafe Jalan Tengah lebih besar dari ancamannya, dibuktikan dengan skor peluang sebesar 2,72 dan faktor kelemahan sebesar 0,71 dengan total skor tabel IFAS sebesar 3,43; (3) Posisi Cafe Jalan Tengah pada Kuadran Kuantitatif Analisis SWOT berada di kuadran I (positif, positif) yang menunjukkan bahwa organisasi kuat dan berpotensi; (4) Posisi perusahaan berada pada matriks IE di sel V yang berarti pertumbuhan dan stabilitas; (5) hasil skor kombinasi strategi IFAS dan EFAS memperoleh nilai terbesar pada strategi kombinasi SO dengan total skor 5,43.

Kata kunci: lokasi, fasilitas, harga, strategi bersaing, loyalitas pelanggan

PENDAHULUAN

Saat ini, dunia bisnis terus tumbuh dan berkembang sering dengan kemajuan globalisasi. Hal tersebut dapat dilihat dari tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis baik dari sektor barang ataupun jasa termasuk pada bisnis kuliner. Mengutip data dari BPS (2022:59) pada publikasinya yang berjudul Statistik Daerah Kota Pasuruan 2022 sudah mencatat ada 70 Rumah Makan/*Restoran* pada rentang tahun 2018–2021. Cafe Jalan Tengah ialah salah satu *coffee shop* yang menghadapi ketatnya persaingan tersebut.

Cafe Jalan Tengah didirikan pada tahun 2021 oleh Ahmad Firdaus selaku *owner/pemilik*. Cafe ini berlokasi di Jalan Rajawali, Kecamatan Purworejo, Kota Pasuruan – Jawa Timur 67115. Berdirinya Cafe Jalan Tengah dilatar belakangi oleh kesempatan yang ada, yang mana rata-rata cafe yang berada di Kota Pasuruan hanya menyediakan tempat didalam ruangan (*indoor*) atau di luar ruangan (*outdoor*) saja (Firdausi, 2022:24). Sehingga dengan memanfaatkan peluang tersebut *owner/pemilik* menetapkan strategi bersaingnya.

Strategi bersaing ialah upaya meningkatkan rencana bagaimana bisnis hendak bersaing, beserta apa yang sebaiknya menjadi tujuannya dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut (Lantang et al., 2018:3100). Berlandaskan pada uraian tersebut, maka dalam penyusunan strategi bersaing bagi Cafe Jalan Tengah variabel yang dapat digunakan ialah lokasi, fasilitas serta harga.

Lokasi ialah tempat melakukan perdagangan yang strategis dekat dengan jangkauan penduduk dalam segi ekonomi untuk menggelar kegiatan jual beli barang dan jasa (Atmanegara, 2019). Secara geografis wilayah Cafe Jalan Tengah terletak di pusat Kota Pasuruan, tetapi berada di posisi yang diampit oleh wilayah perumahan sehingga tidak terlihat dari jalan raya. Karena lokasinya jauh dari suasana keramaian wilayah perkotaan serta masih dalam wilayah pertanian dengan adanya wilayah persawahan yang digunakan sebagai *background* utama Cafe Jalan Tengah sehingga menambah daya tarik tersendiri bagi para pengunjung Cafe Jalan Tengah.

Fasilitas juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Prasetyo et al., 2021). Demi menunjang kenyamanan untuk pelanggan, Cafe Jalan Tengah menyediakan fasilitas dengan desain interior yang *fotogenik* dengan konsep *modern etnik* serta *creative sign* baik pada wilayah *indoor* maupun *outdoor*-nya, khusus wilayah *outdoor* dilengkapi fasilitas atap yang dibuat dari jerami sehingga dapat menghalau panas, AC (wilayah *indoor*), *wifi*, toilet, musholla, serta spot-spot foto bagus.

Variabel lain yang digunakan untuk menunjang penelitian ini yaitu harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2017) harga merupakan nilai yang harus dibayar dan ditukar oleh pelanggan sesudah menggunakan atau memperoleh manfaat dari produk atau jasa. Cafe Jalan Tengah menetapkan harga yang bersaing tergantung dari kategori menu yang dipesan oleh pelanggan. Penetapan tersebut sesuai dengan pangsa pasar yang dituju disertai dengan standar fasilitas yang didapatkan oleh pelanggan.

Salah satu tujuan dari penetapan strategi bersaing Cafe Jalan Tengah ialah menciptakan loyalitas pelanggan. Kotler dan Keller (2016:138) menyatakan bahwa loyalitas ialah komitmen dari pelanggan untuk membeli/memanfaatkan kembali produk ataupun jasa yang disukai di masa mendatang meski terdapat pengaruh situasional serta upaya pemasaran untuk beralih, dibuktikan dengan perubahan perilaku/sikap konsumen untuk membeli kembali produk-produk dari perusahaan.

Dalam menetapkan strategi bersaing guna meningkatkan loyalitas pelanggan Cafe Jalan Tengah maka metode analisis SWOT dapat digunakan. Menurut Rangkuti (2014) analisis SWOT adalah salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan melalui

evaluasi adanya kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) didalam proyek atau spekulasi bisnis yang terjadi di perusahaan.

Berdasarkan hasil observasi pendahuluan terhadap lokasi, sarana dan prasarana/fasilitas, serta harga pada Cafe Jalan Tengah merupakan sesuatu yang dapat dipakai guna menetapkan strategi bersaing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan demikian kondisi tersebut sangat menarik bagi penulis untuk melakukan analisis strategi bersaing dengan menggunakan metode analisis SWOT untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga berdasarkan hasil observasi pendahuluan di atas, maka penulis tertarik untuk mengambil judul penelitian "Analisis Lokasi, Fasilitas, dan Harga Sebagai Strategi Bersaing dalam Peningkatan Loyalitas Pelanggan Studi Kasus Pada Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk membuat formulasi strategi bersaing untuk Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berlandaskan pada batasan atas variabel lokasi, fasilitas dan harga dengan menggunakan metode analisis SWOT. Fokus penelitian ini dititikberatkan pada bidang pemasaran dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif melalui jenis analisis SWOT berdasarkan pada hasil wawancara yang dilakukan pada beberapa informan kunci. Adapun objek yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini ialah orang yang dipercaya dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan akurat (informan kunci) yaitu; pemilik (*owner*) atau manajer, 2 karyawan yang dipilih khusus secara acak (*random sampling*) oleh pihak manajer Cafe Jalan Tengah dan pelanggan yang dilakukan secara *accidental random sampling* oleh peneliti dengan ketentuan minimal pernah berkunjung sebanyak 2x.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal

Dalam suatu organisasi lingkungan organisasi disebut dengan lingkungan internal yang (Wispanono, 2010). Fokus dari jenis analisis ini adalah untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan atau organisasi dibandingkan dengan pesaingnya. Berikut adalah hasil rekapitulasi data faktor internal pada Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang ditunjukkan dalam tabel matriks IFAS adalah sebagai berikut:

Faktor-faktor strategi internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
1. Akses menuju lokasi nyaman dan aman	0,12	4	0,48
2. Area parkir yang luas	0,11	3	0,33
3. Fasilitas cafe yang lengkap	0,11	4	0,44
4. Kemudahan sistem pembayaran untuk pelanggan	0,1	3	0,3
5. Konsep bisnis yang ditawarkan merupakan bisnis yang unik dan kekinian serta <i>instagramable</i>	0,2	4	0,8
6. Kerjasama dengan pihak lain	0,12	3	0,36
Total kekuatan			2,71
Kelemahan			
1. Harga yang kurang terjangkau	0,07	3	0,21
2. Lokasi gudang bahan baku tidak berada satu tempat dengan lokasi usaha.	0,03	3	0,09
3. Fasilitas foto <i>outdoor</i> kurang diperhatikan	0,04	2	0,08

4. Porsi penyajian makanan tidak konsisten	0,03	2	0,06
5. Tingkat kebersihan alat makan kurang	0,04	2	0,08
6. Kemacetan lalu lintas	0,03	3	0,09
Total kelemahan			0,61
Total	1,00		3,32

Tabel 1: Matrik IFAS
 Sumber: data diolah, 2023

Analisis Lingkungan Internal

Lingkungan eksternal adalah faktor-faktor di luar jangkauan perusahaan yang dapat memberikan peluang atau ancaman bagi perusahaan (Djaslim Saladin, 2003). Berikut adalah hasil rekapitulasi faktor eksternal pada Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berdasarkan peluang dan kelemahan yang ditunjukkan dalam tabel matriks IFAS:

Faktor-faktor strategi eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang			
1. Segmen pasar luas	0,16	4	0,64
2. Lokasi usaha dekat dengan calon konsumen potensial	0,1	3	0,3
3. Regulasi UMKM yang mendukung	0,1	4	0,4
4. Pendapatan masyarakat yang semakin baik	0,17	4	0,68
5. Perkembangan teknologi pemasaran	0,1	4	0,3
6. Gaya hidup (<i>lifestyle</i>) atas budaya nongkrong bagi remaja	0,1	4	0,4
Total peluang			2,72
Ancaman			
1. Lokasi dekat dengan pesaing	0,04	3	0,12
2. Loyalitas konsumen	0,07	2	0,14
3. Perubahan selera konsumen	0,03	3	0,19
4. Pesaing baru	0,04	2	0,08
5. Kemudahan situs pesan antar	0,05	2	0,1
6. Produk yang lebih inovatif	0,04	2	0,08
Total ancaman			0,71
Total	1,00		3,43

Tabel 2: Matrik EFAS
 Sumber: data diolah, 2023

Pendekatan Kuantitatif Analisis SWOT

Mengacu pada hasil rating serta pembobotan pada faktor-faktor strategi eksternal (EFAS) dan faktor-faktor strategi internal (IFAS) diatas, maka diperoleh hasil:

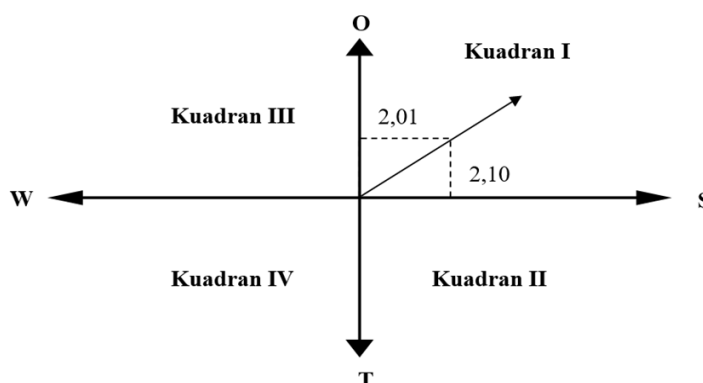
$$S-W : 2,71 - 0,61$$

$$: 2,10 \text{ (Internal) pada sumbu X}$$

$$O-T : 2,72 - 0,71$$

$$: 2,01 \text{ (Eksternal) pada sumbu Y}$$

Setelah mengetahui hasil dari sumbu X dan Y, selanjutnya membuat diagram SWOT, yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1: Kuadran Kuantitatif Analisis SWOT
 Sumber: data diolah, 2023

Berdasar dari gambar diatas dapat diketahui bahwa Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berada pada kuadran I (positif, positif) yang menunjukkan bahwa sebuah organisasi tersebut kuat serta memiliki peluang untuk tumbuh atau bertahan. Berikut rekomendasi strategi yang disarankan ialah secara *Progresif (Strength-Opportunity)*, yang berarti bahwa organisasi berada dalam kondisi prima dan stabil. Hal ini memungkinkan bisnis untuk terus melakukan hal-hal yang dapat memaksimalkan pertumbuhan dan meraih kemajuan perusahaan. Dalam situasi seperti ini, Cafe Jalan Tengah dapat menerapkan strategi *Progresif* dengan cara: memperluas wilayah dan promosi penjualan, meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan kepada konsumen, memperbesar pertumbuhan dengan meningkatkan kerjasama dengan pihak lain, memperbarui/menambah menu yang ada, memperluas target konsumen potensial terkhususnya pada masyarakat kelas ekonomi menengah keatas dengan cara memberikan pelayanan yang lebih prima untuk memperkuat status sosial mereka.

Pencocokan Matrik Internal Dan Eksternal

Matrik internal dan internal (IE) didasarkan pada dua dimensi kunci, yaitu total rata-rata tertimbang IFAS pada sumbu X dan EFAS pada sumbu Y. Berdasarkan hasil pencocokan antara faktor internal dan eksternal, diketahui bahwa nilai IFAS adalah 2,10 dan nilai EFAS adalah 2,01. Selanjutnya, total skor kedua matriks ini digunakan untuk menentukan posisi dan strategi perusahaan pada matriks (IE). Dengan demikian posisi Cafe Jalan Tengah saat ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Total nilai EFAS yang diberi bobot	Total nilai IFAS yang diberi bobot		
	Kuat 4,0 - 3,0	Rata-rata 2,99 - 2	Lemah 1,99 - 1
4	3	2	1
4,0 - 3,0 Tinggi	I	I	I
3			
2,9 - 2,0 Sedang	IV	V	VI
2			
1,9 - 1,0 Rendah	VI	VI	IX
1			

Tabel 3: Matrik Internal Dan Eksternal

Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan pada matrik IE di atas menunjukkan bahwa posisi Cafe Jalan Tengah berada pada sel V yang berarti *growth and stability*. Dalam situasi seperti ini, penetrasi pasar, pengembangan produk, dan pengembangan pasar adalah strategi yang dapat digunakan. Strategi tersebut dapat menjadi acuan perumusan *alternative* strategi pada matriks SWOT. Pertumbuhan perusahaan dilakukan secara internal yang berfokus pada peningkatan pelayanan melalui berbagai fasilitas yang diberikan sesuai dengan kekuatan Cafe Jalan Tengah, diantaranya adalah konsep bisnis dengan segala keunikannya yang *intagramable* dalam membidik konsumen kelas menengah keatas. Sedangkan untuk strategi *stability* dilakukan dengan cara memperbaiki kelemahan yang ada pada Cafe Jalan Tengah yaitu terdapat pada point 2; 3; 4; dan 5. Cara yang dapat dilakukan untuk memperbaiki kelemahan tersebut ialah dengan meningkatkan peran dan fungsi dari *resto manager* dan *supervisor*. Sehingga diharapkan dengan peningkatan peran ini akan berdampak pada peningkatan kualitas pelayan serta memberikan kepuasan yang lebih baik pada konsumen dan akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen Cafe Jalan Tengah.

Analisis SWOT

Analisis SWOT memberikan gambaran mengenai strategi secara mendetail dari Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan. Dengan adanya analisis strategi yang menggunakan matrik SWOT, Cafe Jalan Tengah dapat melihat rincian strategi yang dapat diaplikasikan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggannya. Merujuk dari keterangan informan kunci dan data primer yang ada terkait dengan strategi peningkatan loyalitas pelanggan Cafe Jalan Tengah maka penulis dapat menentukan faktor internal dan eksternal kedalam matrik analisis SWOT yang disajikan dalam tabel dibawah ini:

		Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
		IFAS	1. Akses menuju lokasi nyaman dan aman 2. Area parkir yang luas 3. Fasilitas cafe yang lengkap 4. Kemudahan sistem pembayaran untuk pelanggan 5. Konsep bisnis yang ditawarkan merupakan bisnis yang unik dan kekinian serta <i>instagramable</i> 6. Kerjasama dengan pihak lain
EFAS			
		Opportunity (peluang)	Strategi SO (Skor=5,43):
		1. Segmen pasar luas 2. Lokasi usaha dekat dengan calon konsumen potensial	1. Memperluas promosi penjualan. 2. Kerja sama dan meningkatkan fasilitas
			Strategi WO (Skor=3,33):
			1. Memperbaiki fasilitas. 2. Meningkatkan kebersihan alat makan

3. Regulasi UMKM yang mendukung	yang dapat menarik minat beli konsumen.	3. Menarik minat konsumen dengan penyajian makanan yang berkelas.
4. Pendapatan masyarakat yang semakin baik	4. Memperbanyak kreasi atau <i>update</i> kembali menu	4. Menetapkan <i>standart</i> ukuran porsi makanan yang disajikan
5. Perkembangan teknologi pemasaran	5. Memperluas target konsumen potensial (kelas menengah keatas)	
6. Gaya hidup (<i>lifestyle</i>) atas budaya nongkrong bagi remaja	6. Mempertahankan dan meningkatkan citra atau <i>image</i> perusahaan	
Threats (ancaman)	Strategi ST (Skor=3,42):	Strategi WT (Skor=1,32):
1. Lokasi dekat dengan pesaing	1. Menjaga hubungan dengan pelanggan loyal.	1. Meningkatkan peran dan fungsi bagian <i>resto manager</i> , <i>supervisor</i> dan <i>cook</i> untuk mendukung strategi pertumbuhan
2. Loyalitas konsumen	2. Menonjolkan keunggulan perusahaan dibandingkan daripada pesaing	2. Meningkatkan promosi dengan segala fasilitasnya (memperbanyak penawaran pembelian melalui diskon, promo, dll)
3. Perubahan selera konsumen	3. Meningkatkan pelayanan pesan antar makanan.	
4. Pesaing baru	4. Selalu memunculkan ide-ide yang menarik dan kreatif.	
5. Kemudahan situs pesan antar	5. Meningkatkan kerjasama dengan mitra lain	
6. Produk yang lebih inovatif		

Tabel 4: Analisis SWOT
 Sumber: data diolah, 2023

Berdasarkan dari matriks kombinasi strategi diatas diperoleh Strategi Kekuatan-Peluang (*Strength-Opportunity/SO*) mendapatkan skor tertinggi dengan total 5,43. Posisi ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut kuat dan berpeluang. Strategi yang disarankan ialah *progresif*, yang berarti bahwa Cafe Jalan Tengah dalam kondisi prima dan mantap sehingga dapat terus melakukan *ekspansi*, memperbesar pertumbuhan serta meraih kemajuan secara maksimal. Sedangkan untuk divisi sel V dapat menggunakan strategi pertahanan dan pemeliharaan, seperti yang dapat dilakukan pada divisi penetrasi pasar dan pengembangan produk pada matriks IE. Oleh karena itu, strategi SO ditetapkan dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang dimiliki oleh perusahaan dengan terus meningkatkan kekuatan atau dengan mengatasi kelemahan yang ada dalam meraih peluang saat ini.

Strategi SO meliputi strategi dengan cara terus menjalankan ekspansi dengan memperluas promosi penjualan baik secara *online* (melalui media sosial) maupun *offline* (melalui banner, *door to door*, dll); meningkatkan pemasukan perusahaan dengan meningkatkan target penjualan melalui kerjasama dengan pihak lain yang bertujuan untuk lebih memperluas pangsa pasar; mempertahankan serta menarik minat beli konsumen dengan meningkatkan kualitas sarana dn prasarana/fasilitas dan pelayanan pada pelanggan; memperbanyak atau *update* kembali menu dengan menambahkan ide-ide kreatif agar terlihat lebih menarik; memperluas target konsumen potensial dengan memanfaatkan jaringan/koneksi yang telah terjalin; mempertahankan citra atau *image* perusahaan yang telah terbangun.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Hasil perhitungan IFAS pada Cafe Jalan Tengah mendapatkan skor faktor kekuatan sebesar 2,71 dan faktor kelemahan sebesar 0,61 dengan nilai total skor tabel IFAS sebesar 3,32 sehingga menunjukkan bahwa kekuatan Cafe Jalan Tengah lebih besar daripada kelemahan.
- b) Hasil perhitungan EFAS pada Cafe Jalan Tengah memperoleh skor faktor peluang sebesar 2,72 dan faktor kelemahan sebesar 0,71 dengan nilai total skor tabel EFAS sebesar 3,43, menunjukkan bahwa peluang Cafe Jalan Tengah lebih besar daripada ancaman. Hal tersebut menunjukkan bahwa Cafe Jalan Tengah berada diposisi yang sangat menguntungkan karena memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan dengan maksimal sehingga perusahaan harus mendukung kebijakan pertumbuhan secara agresif.
- c) Kuadran Kuantitatif Analisis SWOT menunjukkan posisi Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berada di kuadran I (positif, positif), posisi ini menandakan bahwa sebuah organisasi kuat dan berpeluang. Adapun rekomendasi strategi yang diberikan ialah secara Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap.
- d) Hasil skor kombinasi strategi IFAS dan EFAS dengan nilai terbesar pada strategi kombinasi SO dengan nilai 5,43. Strategi yang sesuai diterapkan pada Cafe Jalan Tengah adalah strategi yaitu dengan memperkuat atau meningkatkan kekuatan internal atau mengatasi kelemahan dalam meraih peluang yang ada dan meningkatkan peran serta fungsi dari bagian *resto manager*, *supervisor* dan *cook* dalam mendukung strategi bersaing.
- e) Matrik IE menunjukkan posisi Cafe Jalan Tengah Kota Pasuruan berada pada sel V yang berarti *growth and stability*. Strategi yang dapat digunakan dalam kondisi ini adalah penetrasi pasar, pengembangan produk serta pengembangan pasar. Sehingga berdasarkan nilai tersebut menunjukkan bahwa lokasi, harga dan fasilitas dapat ditetapkan sebagai variabel dalam perumusan strategi bersaing.

Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan oleh penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (a) Sebagai referensi bagi peneliti berikutnya yang ingin mempelajari strategi bersaing dalam meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif serta menambah variabel lain yang dianggap dapat berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan.
- (b) Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan di Cafe Jalan Tengah, maka sebaiknya pihak manajemen ataupun pihak pihak yang bersangkutan untuk selalu terus berinovasi dalam menciptakan keunggulan bersaing agar baik dalam aspek kualitas pelayanan, perbaikan fasilitas, peningkatan promosi dengan segala bentuknya seperti melalui diskon, serta memperbanyak relasi/hubungan bisnis.

REFERENSI

- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di Grand Nusa Indah blok j, Cileungsi pada PT. Kentanix Supra Internasional). *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.ste.ac.id/id/eprint/2409>
- BPS. (2022). Statistik Daerah Kota Pasuruan 2022. 1101002.3575, vi + 62. <https://pasuruankota.bps.go.id>

Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper
"Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia Menuju Indonesia Emas 2024"
Vol. 9 No. 1: November 2023 ISSN. 2355-261

- Fauzani, M., Akramiah, N., & Sutikno, B. (2018). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Pemasaran Produk. Karunia Sentosa Plastik. *Jurnal EMA*, 2(3), 104–117. <https://doi.org/10.47335/ema.v3i2.31>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Yonita, H. L. (2022). Analisis Persepsi Harga, Lokasi, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Umkm Skck (Stasiun Kuliner Canditunggal Kalitengah) Metode Structural Equation Modelling (SEM) - Partial Least. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(S1), 391–402. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10is1.2018>
- Rahmadani, F., Suardana, I. M., & Samudra, H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada UD. Eva Group Mataram. *Valid Jurnal Ilmiah*, 16(01), 123–135.
- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2018). Strategi Bersaing Produk Ukm Lunpia dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), 171– 185.
- Siburian, A. M. (2020). Implementasi Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Bersaing Perusahaan Manufaktur Kimia (Studi Kasus Pada PT. ABC). 1(4), 372–384. <https://doi.org/10.31933/JIMT>
- Yunisa, M., & Wirastomo, J. T. (2018). Pengaruh Lokasi, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Limasan Cafe Karawang. 1– 12.