



## JURNAL ILMU MANAJEMEN

Published every June and December  
e-ISSN: 2623-2081, p-ISSN: 2089-8177

Journal homepage: [http://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu\\_manajemen](http://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen)



# Pengaruh Dosis Alam Terhadap Persepsi Nilai dan Loyalitas Pelanggan Kedai Kopi Era *New Normal Live*

**Purwanto <sup>a)</sup>, Dedy Ansari Harahap <sup>b)</sup>, Dita Amanah <sup>c)</sup>, Muji Gunarto <sup>d)</sup>, Khairul Umam <sup>e)</sup>**

<sup>a)</sup>Universitas WR. Supratman, Indonesia

<sup>b)</sup>Universitas Islam Bandung, Indonesia

<sup>c)</sup>Universitas Negeri Meda, Indonesia

<sup>d)</sup>Universitas Bina Darma, Indonesia

<sup>e)</sup>Universitas Indraprasta PGRI, Indonesia

\* Corresponding author e-mail: [cakpo3r@gmail.com](mailto:cakpo3r@gmail.com)

### ARTICLE INFO

#### DOI:

10.32502/jimn.v10i1.2552

#### Article history:

Received:

01 Juli 2020

Accepted:

30 Oktober 2020

Available online:

15 Desember 2020

#### Keyword:

*Dose of Nature, Green Design, Utilitarian Values, Hedonic Value, Loyalty*

### ABSTRACT

*This study aims to test the dose of nature (manicured gardens, fountains and trendy entertainment) as a green design in the coffee shop on the perception of value that will ultimately determine the level of loyalty for customers in the direction of new normal live. Data was obtained from a sample of 500 respondents who visited coffee shops in Surabaya. By using AMOS 18.0, the following results were found, first the green design significantly influenced the perception of utilitarian values, the second the green design significantly influenced the perception of hedonic values, the three utilitarian values significantly influenced loyalty and finally hedonic values significantly affected loyalty on coffee shop.*

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menguji dosis alam (taman yang terawat, air mancur dan hiburan yang trendy) sebagai desain kehijauan pada kedai kopi terhadap persepsi nilai yang pada akhirnya akan menentukan tingkat loyalitas bagi pelanggan dalam menuju new normal live. Data diperoleh dari sampel yang terdiri dari 500 responden pengunjung kedai kopi di Surabaya. Dengan menggunakan AMOS 18.0 ditemukan hasil sebagai berikut, pertama desain kehijauan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi nilai utilitarian, kedua desain kehijauan berpengaruh secara signifikan terhadap persepsi nilai hedonis, ketiga nilai utilitarian berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas dan terakhir nilai hedonis juga berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pada kedai kopi.*

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)