

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh *Green Atmospheric Servicescape*, *Green Communicative Servicescape*, dan Kesesuaian Gaya Hidup terhadap Loyalitas Pelanggan dengan *Green Place Attachment* sebagai variabel *intervening* pada konsumen Dunia Akhirat *Coffee and Eatery*. Variabel bebas atau independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah, *Green Atmospheric Servicescape*, *Green Communicative Servicescape*, dan Kesesuaian Gaya Hidup serta Loyalitas Pelanggan sebagai variabel dependen atau variabel terikat dengan *Green Place Attachment* sebagai variabel *intervening* atau variabel mediasi dalam penelitian ini. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 115 orang responden dengan kualifikasi berdomisili di Rembang, Jawa Tengah yang telah melakukan pembelian minimal dua kali di Dunia Akhirat *Coffee and Eatery*.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *simple random sampling* dengan kuesioner dalam metode pengambilan data terhadap responden. Sedangkan analisis yang digunakan menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software SmartPLS* versi 4.

Hasil yang ditemukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa *Green Atmospheric Servicescape* tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Green Place Attachment* sebagai variabel *intervening*. *Green Communicative Servicescape* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan melalui *Green Place Attachment* sebagai variabel *intervening*. Dan Kesesuaian Gaya Hidup berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kata kunci: *Green Atmospheric Servicescape*, *Green Communicative Servicescape*, Kesesuaian Gaya Hidup, *Green Place Attachment*, Loyalitas, *Partial Least Square*