

## ABSTRAK

Industri coffee shop di Indonesia mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir, termasuk di Kota Bandung yang kini dikenal sebagai salah satu pusat budaya ngopi dengan pertumbuhan jumlah kedai kopi yang signifikan. Banyaknya pilihan coffee shop menimbulkan persaingan yang semakin ketat, sehingga pelaku usaha dituntut tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga memberikan pelayanan yang prima serta pengalaman yang berkesan bagi konsumen. Fenomena ini juga terjadi pada De'Medellin Coffee, salah satu coffee shop yang berdiri pada tahun 2022. Meskipun menawarkan konsep tempat yang menarik dan fasilitas yang lengkap, data transaksi penjualan serta ulasan konsumen menunjukkan adanya indikasi penurunan kepuasan pelanggan, terutama terkait konsistensi pelayanan dan pengalaman konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan customer experience terhadap kepuasan konsumen pada De'Medellin Coffee. Persaingan industri coffee shop yang semakin meningkat menuntut pelaku usaha untuk memberikan pelayanan yang maksimal serta menciptakan pengalaman positif bagi konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis seberapa besar kontribusi kedua variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan pendekatan non-probability sampling jenis accidental sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang konsumen. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas pelayanan maupun customer experience memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Keduanya berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan tingkat kepuasan konsumen pada De'Medellin Coffee. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan pengalaman pelanggan dapat menjadi strategi efektif dalam membangun loyalitas dan kepuasan konsumen secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Customer Experience, Kepuasan Konsumen

## ABSTRACT

*The coffee shop industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years, including in Bandung, which has become one of the main hubs of coffee culture with a significant increase in the number of coffee shops. The growing variety of coffee shops has created increasingly intense competition, requiring business owners not only to rely on product quality but also to provide excellent service and memorable customer experiences. This phenomenon is also evident at De'Medellin Coffee, a coffee shop established in 2022. Although it offers an attractive concept and complete facilities, sales transaction data and customer reviews indicate a decline in customer satisfaction, particularly related to service consistency and customer experience. This study aims to determine the influence of service quality and customer experience on customer satisfaction at De'Medellin Coffee. The increasing competition in the coffee shop industry requires business owners to provide excellent service and create positive experiences for their customers. Therefore, this research was conducted to analyze the extent to which these two variables contribute to customer satisfaction. The research method used is a quantitative approach with an associative research type. The sampling technique used is non-probability sampling with an accidental sampling approach, involving one hundred respondents. Data analysis techniques include validity and reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis, supported by t-tests and F-tests for hypothesis testing. The results indicate that both service quality and customer experience have a significant influence on customer satisfaction, both individually and simultaneously. The coefficient of determination shows that customer satisfaction is largely explained by the two independent variables, while the rest is influenced by other factors not examined in this study.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Experience, Customer Satisfaction*