

## ABSTRAK

Perkembangan bisnis kuliner di kota Bandung menjadikan kota Bandung sebagai salah satu sentra bisnis terbesar di Jawa Barat dengan pertumbuhan kafe yang makin bertambah tiap tahunnya. Salah satu kafe di Bandung yang pengunjungnya terus meningkat tiap tahunnya yaitu *One Eighty Coffee*. Peningkatan tersebut dikarenakan *One Eighty Coffee* menyediakan fasilitas pada pengunjung yang dapat menciptakan *Customer Experience*, antara lain dengan menawarkan suasana yang nyaman, desain kafe yang menarik, dan pelayanan yang di berikan kafe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* terhadap minat beli ulang pada *One Eighty Coffee* Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Non probability sampling* jenis *purposive sampling*, melibatkan 100 orang responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana..

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel *Customer Experience* dengan dimensi *sense, feel, think, act*, dan *relate* berada dalam kategori baik. Tanggapan responden terhadap minat beli Ulang pada kafe *One Eighty Coffee* Bandung masuk dalam kategori baik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *Customer Experience* berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang.

**Kata kunci:** *Customers experience, minat beli ulang.*