

## **Abstrak**

Penelitian ini didasari dari kondisi persaingan bisnis yang cukup ketat dan tinggi khususnya dibidang restoran dan kafe khususnya didaerah bandung sendiri pada tahun 2013 sudah mencapai angka 629 kafe ataupun restoran. Salah satunya adalah kafe Wiki Koffie yang berada di jalan Braga no. 90 Bandung ini menyediakan makanan dan minuman yang hampir sama dengan kafe lainnya. Wiki Koffie menyediakan fasilitas pada pengunjung yang dapat menciptakan *Customer Experience*, antara lain dengan desain interior yang menarik, menyediakan wifi , majalah dan memutarakan lagu yang menyenangkan, serta konsumen diberi leluasa untuk mengepres kopi sendiri dengan alat yang sudah disediakan. Peneliti ini bertujuan untuk megetahui dan menganalisa besarnya pengaruh *Customer Experience* terhadap minat beli ulang pada Wiki Koffie Bandung.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Kemudian dilakukan analisis terhadap data-data yang diperoleh menggunakan metode kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dan data-data kuesioner diolah untuk mengetahui hasil uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik.

Pada hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa customer experience termasuk dalam kategori baik. Berdasarkan hasil uji secara parsial, sense dan relate memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen. Secara simultan customer experience memiliki pengaruh dan signifikan terhadap minat beli ulang konsumen di kafe Wiki Koffie melalui pengalaman pada faktor-faktor sense, feel, think, act dan relate. Nilai R square yang diperoleh adalah sebesar 58% sedangkan sisanya diperoleh dari faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** *Customer Experience*, Minat Beli Ulang, Wiki Koffie