

ABSTRAK

Di Indonesia, perkembangan bisnis di industri kopi akhir-akhir ini berkembang pesat yang menyebabkan persaingan menjadi semakin ketat. Keinginan konsumen untuk ingin berkunjung kembali sangat diperlukan agar *coffee shop* dapat terus bersaing dengan *coffee shop* lainnya, termasuk pada Jurnal Risa Coffee Braga. Untuk dapat bersaing dalam bisnis *coffee shop* maka perlu memperhatikan kualitas yang dirasakan konsumen, melalui kualitas produk yang dirasakan konsumen, kualitas layanan yang dirasakan konsumen, dan memberikan pengalaman unik bagi pelanggan, serta suasana toko sehingga keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali *coffee shop* meningkat. Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk yang dirasakan konsumen, kualitas layanan yang dirasakan konsumen, dan memberikan pengalaman unik bagi pelanggan, serta suasana toko mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengunjungi kembali.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 127 orang responden yang diambil dengan teknik *non probability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis dekriptif dan analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian membuktikan adanya pengaruh kualitas produk yang dirasakan, kualitas pelayanan yang dirasakan, dan suasana toko terhadap keinginan konsumen untuk berkunjung kembali. Sedangkan, kualitas pengalaman yang dirasakan konsumen tidak berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk berkunjung kembali. Karena itu, variabel kualitas produk yang dirasakan, kualitas layanan yang dirasakan, dan suasana toko dapat digunakan sebagai variabel penting bagi *coffee shop*, khususnya pada Jurnal Risa Coffee Braga dalam membuat strategi yang berkaitan dengan meningkatkan keinginan konsumen untuk berkunjung kembali.

Kata kunci : *coffee shop*, *perceived product quality*, *perceived service quality*, *perceived experience quality*, *store atmosphere*, dan *customer intentions to revisit*