

ABSTRAK

Loyalitas konsumen (*Customer Loyalty*) dapat dilatar belakangi oleh berbagai faktor, diantaranya adanya pengalaman konsumen (*Customer Experience*), kepuasan konsumen (*Customer Satisfaction*) dan citra merek (*Brand Image*) yang ada dalam diri seorang individu. Dengan mengusung konsep “ngopi di hutan” membuat Armor Kopi memiliki ciri khas yang berbeda dari kedai lainnya. Adanya fenomena tersebut, strategi marketing yang diterapkan Armor Kopi yaitu *experiential marketing* dimana strategi tersebut ditujukan untuk dapat menarik minat konsumen melalui *sense* (indera), *feel* (perasaan), *think* (pikiran), *act* (aksi) dan *relate* (kaitan). Strategi marketing tersebut dapat menciptakan kepuasan konsumen, citra merek yang baik atau buruk serta dampak yang lebih besar bagi Armor Kopi yaitu dapat membuat konsumen menjadi loyal. Tujuan penelitian adalah mengetahui dan menganalisis pengaruh *customer experience*, *customer satisfaction* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* pada Armor Kopi Bandung.

Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan *software SPSS 23.0*. Responden penelitian adalah individu yang pernah mengunjungi Armor Kopi Bandung. Sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh menggunakan teknik sampling *purposive sampling*.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa semua variabel berada pada kategori cukup baik dengan masing-masing skor yaitu *customer experience* (65.0%), *customer satisfaction* (66.3%), *brand image* (63.4%) dan *customer loyalty* (55.4%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience*, *customer satisfaction* dan *brand image* terhadap *customer loyalty* secara positif dan signifikan sebesar 85,5%.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa yang paling berpengaruh untuk menumbuhkan loyalitas konsumen yaitu kepuasan konsumen yang cukup mampu memberikan layanan sebaik mungkin, fasilitas yang sesuai dan harga yang terjangkau. Selain *customer satisfaction*, kedua variabel lainnya sama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Customer Satisfaction*, *Brand Image*, *Customer Loyalty*.