

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Experiential Marketing*, *Product Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Service Quality* terhadap loyalitas pelanggan pada Kopixel Jember. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya mempertahankan loyalitas pelanggan dalam industri kedai kopi yang semakin kompetitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner yang disebarakan kepada 220 responden yang merupakan pelanggan Kopixel. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat variabel memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. *Experiential Marketing* memiliki koefisien regresi sebesar 0,080, *Product Quality* sebesar 0,323, *Store Atmosphere* sebesar 0,122, dan *Service Quality* sebesar 0,240. Variabel *Product Quality* memiliki pengaruh dominan, menunjukkan pentingnya kualitas produk dalam menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa peningkatan pada *Experiential Marketing*, *Product Quality*, *Store Atmosphere*, dan *Service Quality* dapat secara signifikan meningkatkan loyalitas pelanggan. Kopixel disarankan untuk fokus pada inovasi produk, peningkatan fasilitas, dan pelatihan karyawan untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Kopixel dan dapat menjadi referensi untuk penelitian serupa di masa depan.

Kata Kunci : *Experiential Marketing*; *Product Quality*; *Store Atmosphere*; *Service Quality*; Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, and Service Quality on customer loyalty at Kopixel Jember. The background of this study is the importance of maintaining customer loyalty in the increasingly competitive coffee shop industry. This study uses a quantitative approach with a survey method through a questionnaire distributed to 220 respondents who are Kopixel customers. The data were analyzed using multiple linear regression to test the influence of each independent variable on customer loyalty. The results showed that the four variables have a positive and significant influence on customer loyalty. Experiential Marketing has a regression coefficient of 0.080, Product Quality of 0.323, Store Atmosphere of 0.122, and Service Quality of 0.240. The Product Quality variable has a dominant influence, indicating the importance of Product Quality in creating customer satisfaction and loyalty. The conclusion of this study is that improvements in Experiential Marketing, Product Quality, Store Atmosphere, and Service Quality can significantly increase customer loyalty. Kopixel is advised to focus on product innovation, facility improvements, and employee training to create a better customer experience. This study provides practical contributions for Kopixel managers and can be a reference for similar research in the future.*

*Keywords: Experiential Marketing; Product Quality; Store Atmosphere; Service Quality; Customer Loyalty*