

## ABSTRAK

Nama : Bryan Melvin Wijaya

Program Studi : Kewirausahaan

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Pengalaman Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Lokal Pada Generasi Milenial dan Generasi Z di Toko Kopi Kota Bandung

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat konsumsi kopi yang semakin tinggi baik di dunia maupun di Indonesia. Tren minum kopi sebagai sebuah gaya hidup sedang terjadi di masyarakat Indonesia saat ini. Banyaknya toko kopi yang bermunculan dan bahkan sampai menjamur di seluruh wilayah di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian kopi lokal pada generasi milenial dan generasi z di toko kopi Kota Bandung serta mengetahui apakah terdapat perbedaan yang signifikan pada generasi milenial dan generasi z dalam hal keputusan pembelian kopi lokal pada toko kopi di Kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner sebagai cara untuk mengumpulkan data yang akan diisi oleh 200 responden peminum kopi di Kota Bandung. Data dianalisis dengan menggunakan teknik regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi lokal di toko kopi Kota Bandung baik pada generasi milenial maupun generasi z, (2) pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi lokal di toko kopi Kota Bandung baik pada generasi milenial maupun generasi z, (3) variabel kualitas produk dan pengalaman pelanggan secara bersama – sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kopi lokal di toko kopi Kota Bandung baik pada generasi milenial maupun generasi z, dan (4) tidak ada perbedaan keputusan pembelian yang signifikan pada generasi milenial dan generasi z di toko kopi Kota Bandung.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan, Keputusan Pembelian, Milenial, Gen Z

## ABSTRACT

Name : Bryan Melvin Wijaya

Study Program : Entrepreneurship

Title : The Influence of Product Quality and Customer Experience on the Purchase Decisions of Local Coffee by Millennials and Generation Z at Coffee Shops in Bandung City

This research is motivated by the increasing consumption of coffee both globally and in Indonesia. The trend of drinking coffee as a lifestyle is currently prevalent in Indonesian society. The emergence of numerous coffee shops, which are spreading throughout Indonesia, reflects this trend. The purpose of this study is to determine the influence of product quality and customer experience on the purchase decisions of local coffee among millennials and Generation Z in coffee shops in Bandung. It also aims to identify whether there are significant differences between millennials and Generation Z in terms of their purchase decisions regarding local coffee in coffee shops in Bandung. This research employs a quantitative explanatory method with a survey technique through the distribution of questionnaires to collect data from 200 coffee-drinking respondents in Bandung. The data were analyzed using multiple linear regression techniques to examine the influence of product quality and customer experience variables on purchase decisions. The results of this study indicate that (1) product quality has a positive and significant influence on the purchase decision of local coffee in coffee shops in Bandung for both millennials and Generation Z, (2) customer experience has a positive and significant influence on the purchase decision of local coffee in coffee shops in Bandung for both millennials and Generation Z, (3) the variables of product quality and customer experience together have a positive and significant influence on the purchase decision of local coffee in coffee shops in Bandung for both millennials and Generation Z, and (4) there is no significant difference in the purchase decisions between millennials and Generation Z in coffee shops in Bandung.

**Keywords:** Product Quality, Customer Experience, Purchase Decision, Millennials, Gen Z