

ABSTRAK

Café menjadi pilihan berbagai kalangan sesuai kebutuhan mereka. Banyaknya pilihan membuat pengunjung memilih *café* sesuai selera, sehingga beberapa *café* sepi pengunjung karena tidak mengikuti tren pasar dan minat. Memberikan nilai yang dirasakan pelanggan adalah kunci untuk menciptakan kepuasan pengunjung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *experiential value* terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung *café Why Not* di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan uji regresi sederhana. Berdasarkan analisis data didapatkan hasil signifikan sebesar 0,00 ($p < 0,05$) sehingga dapat diartikan terdapat pengaruh *experiential value* terhadap *customer satisfaction* pada pengunjung *café Why Not* di Kota Bandung. Dengan demikian, nilai pengalaman yang dirasakan pengunjung berkontribusi pada tingkat kepuasan mereka terhadap *café Why Not*.

Kata Kunci: *Experiential Value, Customer Satisfaction*

ABSTRACT

Cafés are chosen by various groups according to their needs. The abundance of options leads visitors to select cafés based on their preferences, resulting in some cafés being less frequented if they do not follow market trends. Providing value perceived by customers is key to creating visitor satisfaction. This study aims to determine the effect of experiential value on customer satisfaction among visitors to Café Why Not in Bandung. This research uses a quantitative approach with simple regression analysis. Based on the data analysis, a significant result was found ($p=0.00<0.05$), indicating that there is an effect of experiential value on customer satisfaction among visitors to Café Why Not in Bandung. Therefore, the perceived experiential value contributes to their level of satisfaction with Café Why Not.

Keywords: *Experiential Value, Customer Satisfaction*