

ABSTRAK

Industri kuliner di Indonesia sebagai bagian dari sektor industri kreatif mengalami pertumbuhan pesat dengan penetrasi pasar yang signifikan baik di dalam negeri maupun internasional. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan lonjakan jumlah usaha pangan yang mencapai 7.498 unit pada tahun 2021 menguasai sektor industri besar-menengah di Indonesia. Salah satu industri kreatif yang ada di Bandung adalah Stoik Coffee. Stoik Coffee sering mengalami penurunan pendapatan, yang dikarenakan mereka sering melakukan pergantian karyawan di *kitchen* dimana karyawan yang baru kurang memiliki dasar dalam mengoperasikan sebuah *kitchen*, sehingga standar dan rasa yang dibuat tidak selalu terjaga dengan baik.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dan pengalaman pelanggan mempunyai peran besar dalam membentuk ekuitas, kepribadian dan reputasi merek terhadap merek Stoik Coffee Bandung. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan software SmartPLS 3.0. Teknik pengambilan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 385 konsumen Stoik Coffee Bandung. Data tersebut dianalisis dengan regresi linear berganda.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa *Interaction Quality* dan *Physical Environment Quality* memiliki efek positif terhadap *Customer Experience*, dibuktikan dengan T Statistic masing-masing 7,111 dan 3,706 serta p-value 0,000. *Result Quality* tidak berpengaruh positif (T Statistic 1,202, p-value 0,230). *Customer Experience* berpengaruh positif pada *Brand Equity* (T Statistic 14,670, p-value 0,000), yang selanjutnya mempengaruhi *Brand Personality* (T Statistic 14,712, p-value 0,000) dan *Brand Reputation* (T Statistic 20,591, p-value 0,000). Selain itu, *Customer Experience* mempengaruhi *Brand Personality* dan *Brand Reputation* melalui *Brand Equity*, dengan T Statistic 9,033 dan 10,025, serta p-value 0,000.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Pengalaman Pelanggan, Ekuitas, Personality, Reputasi Merek