

# **PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER VALUE* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY* PADA AHASS VICIMAS MOTOR**

Ditulis Oleh:  
Rizky Adria Salim

Pembimbing:  
Fitri Lestari, S.Pd., M.M.

## **ABSTRAK**

Sepeda motor merupakan sarana transportasi yang setiap orang pasti memilikinya. Dengan mempunyai sepeda motor, mau tidak mau harus melakukan servis setiap bulannya. Semakin banyaknya bengkel yang bermunculan, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih dimana ia akan berlangganan servis motor. Konsumen akan memilih bengkel mana yang handal dan dapat memberikan kepuasan, entah menggunakan jasa bengkel resmi atau bengkel umum. Dengan semakin banyak pelanggan yang beralih ke bengkel lain maka bisa dikatakan bengkel AHASS VICIMAS memiliki loyalitas konsumen yang buruk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* Pada AHASS VICIMAS. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan rumusan masalah deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk penelitian mengenai Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* Pada AHASS VICIMAS ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan sistematika *Purposive Sampling*. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, analisis regresi linear berganda, serta aplikasi perangkat lunak yang digunakan dalam menganalisis data primer adalah IBM SPSS Statistik 29. Hasil penelitian disini menunjukkan bahwa Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value* Terhadap *Customer Loyalty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty* pada AHASS VICIMAS, sebesar 51,9% dan sisanya sebesar 48.1% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** *Customer Experience, Customer Value, Customer Loyalty*

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER VALUE  
ON CUSTOMER LOYALTY AT AHASS VICIMAS MOTOR**

*Written By:*  
Rizky Adria Salim

*Supervisor:*  
Fitri Lestari, S.Pd., M.M.

**ABSTRACT**

*Motorcycles are a means of transportation that everyone must have. By having a motorcycle, inevitably you have to do service every month. The more workshops that appear, the more choices for consumers to be able to choose where they will subscribe to motorcycle services. Consumers will choose which workshop is reliable and can provide satisfaction, whether using the services of an official workshop or a public workshop. With more and more customers switching to other workshops, it can be said that AHASS VICIMAS workshops have poor consumer loyalty. This study aims to determine the Effect of Customer Experience and Customer Value on Customer Loyalty at AHASS VICIMAS. This research uses quantitative research methods with descriptive and verifiative problem formulation approaches. The sampling technique used for research on the Effect of Customer Experience and Customer Value on Customer Loyalty at AHASS VICIMAS uses a non-probability sampling technique with a systematic approach to Purposive Sampling. The data analysis used in this study is multiple linear regression analysis, as well as the software application used in analyzing primary data is IBM SPSS Statistics 29. The results of the study here show that the Influence of Customer Experience and Customer Value on Customer Loyalty has a positive and significant effect on Customer Loyalty at AHASS VICIMAS, amounting to 51.9% and the remaining 48.1% is explained by other variables that are not proposed in this study.*

***Keywords: Customer Experience, Customer Value, Customer Loyalty***