

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA GEULIS TRAVEL JATINANGOR

Disusun oleh:
Insan Assydiki
A10140372

Pembimbing:
Henny Utarsih, SE., M.Si

ABSTRAK

Saat ini, konsep dan praktik di dunia pemasaran sangat berkembang pesat. Untuk dapat bertahan dalam dunia usaha dengan persaingan yang sangat ketat ini, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang selalu mengikuti perubahan masa dan membuatnya berbeda dari pesaing. Strategi pemasaran harus berorientasi kepada konsumen, karena konsumen merupakan target utama perusahaan dalam menjual produknya. Salah satu adalah menerapkan strategi *customer experience* (pelangaman pelanggan) Strategi ini diyakini dapat memberikan “nilai” yang berbeda serta mampu meningkatkan loyalitas pelanggan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data yang berhubungan dengan pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada Geulis Travel Jatinangor. Metode yang digunakan yaitu metode survey dalam analisisnya dilakukan secara deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi, korelasi pearson, uji hipotesis dengan uji-t dan koefisiensi determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perhitungan dari koefisien determinasi dan total pengaruh menggunakan analisis regresi linier sederhana sebesar 45,5%, artinya Pengaruh *customer experience* (pengalaman pelanggan) memiliki pengaruh 45,6% terhadap loyalitas pelanggan, sisanya sebesar 54,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, sedangkan uji hipotesis uji-t sebesar 9,039. hasil analisis pengujian hipotesis adalah terdapat pengaruh positif antara *customer experience* (pengalaman pelanggan) terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : Customer Experience dan Loyalitas Pelanggan

***INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE TO CUSTOMER LOYALTY
IN GEULIS TRAVEL JATINANGOR***

By :

Insan Assydiki

Undur the guidance

Henny Utarsih, SE., M.Si

ABSTRACT

Today, concepts and practices in the marketing world are growing rapidly. In order to survive in this highly competitive business world, companies must have a marketing strategy that always follows the changing times and makes them different from competitors. Marketing strategy should be consumer oriented, because the consumer is the main target of the company in selling its products. One is to apply a customer experience strategy (pelangaman customer) This strategy is believed to provide "value" different and able to increase customer loyalty.

This study aims to collect, process, and analyze data related to the influence of customer experience on customer loyalty on Geulis Travel Jatinangor. The method used is survey method in the analysis is done descriptively and verifikatif. This research uses regression analysis tool, Pearson correlation, hypothesis test with t-test and coefficient of determination.

The result of this study shows that the calculation of the coefficient of determination and total influence using simple linear regression analysis of 45.5%, meaning that the influence of customer experience (customer experience) has 45.6% influence on customer loyalty, the rest of 54.5% influenced by variable others were not investigated, while the t-test hypothesis test was 9.039. the results of hypothesis testing analysis is there is a positive influence between customer experience tapping customer loyalty.

Keywords: Customer Experience and Customer Loyalty.