

## ABSTRAK

### PENGARUH IKLAN DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA KONSUMEN KERIPIK PISANG ADEZA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

Oleh

ADELIA PUTRI PRATIWI

Pada era globalisasi saat ini, persaingan di industri makanan ringan semakin ketat, terutama dengan meningkatnya jumlah pemain dalam pasar yang menawarkan produk serupa. Salah satu kunci untuk menghadapi persaingan dan mempertahankan usaha mereka yaitu dengan meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan dan pengalaman pelanggan terhadap loyalitas pelanggan keripik pisang ADEZA dengan kepuasan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini berjenis *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh konsumen keripik pisang ADEZA. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data tersebut diperoleh dari kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, iklan bernilai negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan, pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, iklan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi melalui kepuasan pelanggan, serta pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi melalui kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Iklan, Pengalaman Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND CUSTOMER EXPERIENCE ON CUSTOMER LOYALTY IN BANANA CHIPS CONSUMERS ADEZA WITH CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATING VARIABLE**

**By**

**ADELIA PUTRI PRATIWI**

*In the current era of globalization, competition in the snack food industry is getting tougher, especially with the increasing number of players in the market offering similar products. One of the keys to facing competition and maintaining their business is by increasing customer loyalty. This study aims to determine the effect of advertising and customer experience on ADEZA banana chips customer loyalty with satisfaction as a mediating variable. This research is explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were all ADEZA banana chip consumers. The sampling technique used was incidental sampling with a sample size of 100 respondents. The data was obtained from a questionnaire using a Likert scale. The data analysis technique uses Partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that advertising has a positive and significant effect on customer satisfaction, advertising is negative and has no significant effect on customer loyalty, customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty, advertising has a positive and significant effect on customer loyalty mediated through customer satisfaction, and customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty mediated through customer satisfaction.*

**Keywords:** *Advertising, Customer Experience, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty*