

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER BEHAVIOR AND CUSTOMER EXPERIENCE ON PURCHASE DECISION OF MAXIM USERS IN BANDAR LAMPUNG

By

FEBRIAN MALIK ARROZAAQ

This research aims to determine the influence of customer behavior and customer experience on the purchase decision of Maxim service users in Bandar Lampung. The study employs a quantitative approach with a descriptive method. Data were collected using a structured questionnaire distributed to 156 respondents who have used Maxim's services in Bandar Lampung. The sampling technique used was purposive sampling, and the data were analyzed using multiple linear regression with the help of SPSS software.

The results show that both customer behavior and customer experience have a significant positive influence on purchase decisions, either partially or simultaneously. The variable of customer experience has the most dominant influence on purchase decisions, indicating that user perceptions, service quality, and ease of use are critical in determining whether a customer chooses to continue using Maxim's services. The coefficient of determination (R^2) demonstrates that a substantial proportion of the variation in purchase decisions can be explained by the two independent variables studied.

This research highlights the importance for transportation service platforms like Maxim to improve user experience and understand customer behavior patterns to increase purchase decisions and customer loyalty.

Keywords: Customer Behavior, Customer Experience, Purchase Decision, Maxim, Transportation Service, Bandar Lampung

ABSTRAK

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN DAN PENGALAMAN PELANGGAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PENGGUNA LAYANAN MAXIM DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

FEBRIAN MALIK ARROZAAQ

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap keputusan pembelian pengguna layanan Maxim di Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 156 responden yang merupakan pengguna layanan Maxim di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dan data dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pelanggan dan pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara parsial maupun simultan. Variabel pengalaman pelanggan memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, yang menunjukkan bahwa persepsi pengguna, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan sangat berperan dalam menentukan keputusan untuk terus menggunakan layanan Maxim. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa proporsi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan secara substansial oleh kedua variabel independen yang diteliti.

Penelitian ini menegaskan pentingnya bagi penyedia layanan transportasi seperti Maxim untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan memahami pola perilaku pelanggan guna meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Perilaku Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Keputusan Pembelian, Maxim, Layanan Transportasi, Bandar Lampung