

ABSTRAK

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *CUSTOMER VALUE*
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN YANG DIMEDIASI
OLEH KEPUASAN PELANGGAN JASA
TRANSPORTASI *ONLINE*
(Studi Pengguna Layanan GoRide pada Aplikasi Gojek di Bandar Lampung)**

Oleh

EROLA ADESTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* dan *customer value* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa transportasi *online* pada pengguna layanan GoRide pada aplikasi Gojek di Bandar Lampung. Penelitian ini berjenis *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna layanan GoRide di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis secara statistik deskriptif dan analisis PLS-SEM dengan menggunakan *software* SmartPLS 4.0. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji *outer model*, *inner model*, dan uji hipotesis pengaruh langsung dan tidak langsung. Hasil dari penelitian ini pada uji hipotesis secara langsung menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, *customer value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, serta kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, pada uji hipotesis secara tidak langsung *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, dan *customer value* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Customer experience*, *customer value*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE AND CUSTOMER VALUE ON CUSTOMER LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION OF ONLINE TRANSPORTATION SERVICES (GoRide Service User Study on Gojek Application in Bandar Lampung)

By

EROLA ADESTA

This study aims to determine the effect of customer experience and customer value on customer loyalty mediated by customer satisfaction of online transportation services on GoRide service users on the Gojek application in Bandar Lampung. This study is an explanatory research with a quantitative approach. The population in this study were GoRide service users in Bandar Lampung. The sampling technique used was purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data were analyzed using descriptive statistics and PLS-SEM analysis using SmartPLS 4.0 software. Data analysis techniques used include outer model tests, inner models, and direct and indirect hypothesis tests. The results of this study on direct hypothesis testing show that customer experience has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty, customer value has a positive and significant effect on customer satisfaction, customer value has a positive and significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty. In addition, in indirect hypothesis testing, customer experience has a positive and significant effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction, and customer value also has a positive and significant effect on customer loyalty mediated by customer satisfaction.

Keywords: *Customer experience, customer value, customer satisfaction, customer loyalty.*