

ABSTRAK

Putri Octavia. Analisis Pengaruh *Hedonic Value* dan *Utilitarian Value* terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen Iphone 5-7 Studi Kasus di Wilayah Jakarta Barat. (di Bimbiing oleh Rina Anindita)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Hedonic Value* (X1) dan *Utilitarian Value* (X2) terhadap Loyalitas Konsumen (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (Z) pada pengguna Iphone type 5-7. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah metode *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Responden penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli dan menggunakan Iphone di wilayah Jakarta Barat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Jalur (*Path Analysis*), dan Uji Determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Hedonic Value* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, *Utilitarian Value* berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen, *Hedonic Value* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, *Utilitarian Value* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Konsumen berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Selanjutnya *Hedonic Value* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen dan *Utilitarian Value* berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: *Hedonic Value*, *Utilitarian Value*, Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Putri Octavia. *Effect Analysis of Hedonic Value and Utilitarian Value on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction of Iphone 5-7 Case Study in West Jakarta Region. (Supervised by Rina Anindita)*

This study aims to determine the effect of Hedonic Value (X1) and Utilitarian Value (X2) on Consumer Loyalty (Y) through Customer Satisfaction (Z) on Iphone type 5-7 users. The research method used in the sampling is Purposive Sampling method with the number of samples of 100 respondents. Respondents of this research are people who have bought and used Iphone in West Jakarta area. Data analysis techniques used in this study are Test Validity, Reliability Test, Path Analysis (Path Analysis), and Test Determinasi.

The result of the research shows that Hedonic Value has an effect on Consumer Satisfaction, Utilitarian Value has an effect on Consumer Satisfaction, Hedonic Value has an effect on Consumer Loyalty, Utilitarian Value has an effect on Consumer Loyalty, Consumer Satisfaction Influence on Consumer Loyalty. Furthermore, Hedonic Value has an effect on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction and Utilitarian Value has an effect on Consumer Loyalty through Consumer Satisfaction.

Keywords: *Hedonic Value, Utilitarian Value, Consumer Satisfaction and Loyalty.*