

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada konsumen maskapai penerbangan Lion Air di Wilayah Jakarta barat).

Nama : Unggul Nirwana

Program Studi : Manajemen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Experience* dan *Customer Value*, dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel *intervening* terhadap Loyalitas Pelanggan pada konsumen maskapai penerbangan Lion Air di wilayah Jakarta Barat. Variabel independen terdiri atas *Customer Experience* dan *Customer Value*, variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan dan variabel *intervening* adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan pada konsumen maskapai penerbangan Lion Air di wilayah Jakarta Barat yang telah menggunakan jasa penerbangan Lion Air sebanyak dua kali atau lebih. Sampel yang digunakan 140 responden, dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel *purposive* atau *purposive sampling*. Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif yang bersifat kausal dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisa Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* dan *customer value* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Namun, kepuasan konsumen tidak dapat dikatakan sebagai variabel *intervening* karena memiliki pengaruh tidak langsung yang lebih kecil dari pada pengaruh langsungnya.

Kata Kunci : *Customer Experience*, *Customer Value*, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Pelanggan dan Lion Air

ABSTRACT

Title : *The influence of Customer Experience and Customer Value on customer loyalty through customer satisfaction (Case Study on Airline Consumers Lion Air in West Jakarta Area).*

Name : Unggul Nirwana

Study Program: Management

This research aims to acknowledge the influence of Customer Experience and Customer Value by giving Customer Satisfaction to be the intervening variables concerning Customer Loyalty of Lion Air airlines consumer around Jakarta Barat. The independent variables consist of Customer Experience and Customer Value while the dependent variable is based on Customer Loyalty and the intervening variable is based on Customer Satisfaction. The research has been done to Lion Air airlines consumers around Jakarta Barat who have used the airline service for twice or more. The samples applies 140 respondents by using sampling techniques of purposive sampling. The type of the research is associative research which is causal. And the analytical method uses analytics techniques of Path Analysis in this research.

The result of this research shows that Consumer Experience and Consumer Value influence positively and significantly toward the Consumer Satisfaction and Loyalty. However, Consumer Satisfaction cannot be categorized as intervening variable because it has indirect influence which is smaller than the direct influence.

Keywords : *Customer Experience, Customer Value, Customer Satisfaction, Customer Loyalty and Lion Air*