

ABSTRAK

Judul : Pengaruh *electronic word of mouth*, keragaman produk dan *experiential marketing* terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada *website Sociolla*

Nama : Uswatun Hasanah

Program Studi : S1 Manajemen

Dosen Pembimbing : Dr. Eka Bertuah, S.E, M.M.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *electronic word of mouth*, keragaman produk dan *experiential marketing* terhadap loyalitas melalui kepuasan pelanggan pada *website Sociolla*. Metode penelitian yang digunakan pada pengambilan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 185 responden. Responden penelitian ini konsumen yang sudah menggunakan dan membeli produk *Sociolla* secara *online* maupun *offline*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Analisis Jalur dan Uji t (Parsial).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *electronic word of mouth*, keragaman produk dan *experiential marketing* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terhadap loyalitas. Selanjutnya *electronic word of mouth* memiliki pengaruh terhadap loyalitas tetapi keragaman produk dan *experiential marketing* terhadap loyalitas tidak memiliki pengaruh. Dengan demikian kepuasan pelanggan bisa dikatakan dapat memediasi sebagai variabel *intervening*.

Kata kunci:

Electronic Word of Mouth, Keragaman Produk, *Experiential Marketing*, Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas

ABSTRACT

Title : *Effect of electronic word of mouth, Product diversity and marketing experience on loyalty through customer satisfaction on the Sociolla website*

Name : Uswatun Hasanah

Study program : *SI Management*

Mentor : Dr. Eka Bertuah, S.E, M.M.

The purpose of this research is to find out how the influence of electronic word of mouth, product diversity and experiential marketing on loyalty through customer satisfaction on the Sociolla website. The research method used in sampling was purposive sampling with a total sample of 185 respondents. The respondents of this study are consumers who have used and purchased Sociolla products online and offline. Data analysis techniques used in this study are Validity Test, Reliability Test, Classic Assumption Test, Path Analysis Test and t Test (Partial). The results of this study indicate that electronic word of mouth, product diversity and experiential marketing have an influence on customer satisfaction, and customer satisfaction has an influence on loyalty. Furthermore, electronic word of mouth has an influence on loyalty but product diversity and experiential marketing on loyalty has no effect. Thus customer satisfaction can be said to mediate as an intervening variable.

Keywords:

Electronic Word of Mouth, Product Diversity, Experiential Marketing, Customer Satisfaction and Loyalt