

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
DENGAN KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING* PADA
KONSUMEN PRODUK MS. GLOW
DI DESA CUPAK**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Syarat untuk
Menyelesaikan Gelar Strata Satu Sarjana Ekonomi (S.E)**



**Disusun Oleh:
ALISA SABELA
NPM: 2010061201153**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

**PENGARUH *CUSTOMER BONDING* DAN *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN DENGAN KEPUASAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA
KONSUMEN PRODUK MS. GLOW
DI DESA CUPAK**

ALISA SABELA

Pembimbing Skripsi Melifia Liantifa, S.P., M.Si
Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE)
Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh

ABSTRAK

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh *customer bonding* terhadap loyalitas konsumen secara langsung pada produk MS Glow di Desa Cupak. (2) Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas konsumen secara langsung pada produk MS Glow di Desa Cupak. (3) Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen secara langsung pada produk MS Glow di Desa Cupak. (4) Untuk mengetahui pengaruh *customer bonding* terhadap kepuasan konsumen secara langsung pada produk MS Glow di Desa Cupak. (5) Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap kepuasan konsumen secara langsung pada produk MS Glow di Desa Cupak. (6) Untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada produk MS Glow di Desa Cupak. (6) Untuk mengetahui pengaruh *customer bonding* dan *customer experience* Terhadap loyalitas konsumen secara tidak langsung melalui kepuasan konsumen pada produk MS Glow di Desa Cupak. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan pendekatan regresi linear berganda. Hasil penelitian menjelaskan bahwa secara langsung *customer bonding* dan *customer experience* berpengaruh terhadap kepuasan. Sedangkan secara langsung *customer bonding*, *customer experience*, dan kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan *customer bonding* dan *customer experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel *intervening* pada konsumen MS. Glow di Desa Cupak.

Kata Kunci: Customer Bonding, Customer Experience, Kepuasan, dan Loyalitas

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER BONDING AND CUSTOMER
EXPERIENCE ON CONSUMER LOYALTY WITH CUSTOMER
SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE
CONSUMERS OF MS PRODUCTS. GLOW
IN DESA CUPAK**

ALISA SABELA

**Advisor Melifia Liantifa, S.P., M.Si
School of Economics Management Study Program (STIE)
Sakti Alam Kerinci, Sungai Penuh**

ABSTRACT

The objectives of this research are (1) To determine the influence of customer bonding on consumer loyalty directly to MS Glow products in Cupak Village. (2) To determine the influence of customer experience on consumer loyalty directly to MS Glow products in Cupak Village. (3) To determine the direct influence of consumer satisfaction on consumer loyalty to MS Glow products in Cupak Village. (4) To determine the effect of customer bonding on direct consumer satisfaction with MS Glow products in Cupak Village. (5) To determine the influence of customer experience on direct consumer satisfaction with MS Glow products in Cupak Village. (6) To determine the influence of customer experience on consumer loyalty indirectly through consumer satisfaction with MS Glow products in Cupak Village. (6) To determine the influence of customer bonding and customer experience on consumer loyalty indirectly through consumer satisfaction with MS Glow products in Cupak Village. The analysis used in this research is descriptive quantitative with a multiple linear regression approach. The research results explain that customer bonding and customer experience directly influence satisfaction. Meanwhile, customer bonding, customer experience and customer satisfaction directly influence consumer loyalty. Meanwhile, customer bonding and customer experience do not have a significant effect on consumer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable for MS consumers. Glow in Cupak Village.

Keywords: Customer Bonding, Customer Experience, Satisfaction and Loyalty