

## ABSTRAK

Dela Asnil Aida. Analisis *Customer Experience* Dalam Meningkatkan *Customer Loyalty* Pada PT Pegadaian CP Gaharu Medan. Dibimbing oleh Dany Perdana Sitompul, S.T, M.M dan Binsar Sihimbing, S.E., M.Si.

Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan beberapa perbaikan terutama pada layanan yang diberikan. Salah satu lembaga keuangan yang sering menjadi rujukan masyarakat untuk pengajuan pembiayaan yaitu PT. Pegadaian. Masalah yang dihadapi oleh Pegadaian CP Gaharu yaitu rendahnya jumlah nasabah yang loyal kepada perusahaan atau sedikitnya jumlah nasabah prioritas. Penelitian ini ingin mengetahui apakah *Customer Experience* (*sense, feel, think, act, dan relate*) secara berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada Pegadaian CP Gaharu Medan dan Untuk mengetahui dampak dari *customer experience* terhadap *customer loyalty* di Pegadaian CP Gaharu.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel dengan *sample random sampling* banyak jumlah 86 responden. Teknik Pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 22. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda serta pengujian hipotesis (uji t, uji F dan koefisien determinasi). Berdasarkan hasil Uji t diketahui bahwa secara parsial variabel *feel* dan *relate* berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty* pada nasabah PT. Pegadaian CP Gaharu Medan. Dari hasil Uji F dan R<sup>2</sup> diketahui bahwa variabel *customer experience* meliputi *sense, feel, think, act* dan *relate* secara simultan berpengaruh positif sebesar 46.5% terhadap *customer loyalty* pada PT Pegadaian CP Gaharu Medan

Kata kunci: *Customer Experience, Customer Loyalty*

## ABSTRACT

Dela Asnil Aida. *Analysis of customer experience in improving customer loyalty in PT Pegadaian CP Gaharu Medan Supervised by Dany Perdana Sitompul, S. T, M.M and Binsar Sihimbing, S.E., M.Si.*

*Companies that are able to compete in the market are companies that can provide quality products or services. So the company is required to continue to make some improvements, especially on the services provided. One of the financial institutions that is often a reference to the public for financing application is PT. Pegadaian. The problem faced by Pegadaian CP Gaharu is the low number of loyal customers to the company or the least number of priority customers. This study wanted to know whether Customer Experience (sense, feel, think, act, and relate) significantly affect customer loyalty in Pegadaian CP Gaharu Medan and to determine the impact of customer experience on customer loyalty in Pegadaian CP Gaharu.*

*The type of research used in this study is Quantitative to examine the population or a particular sample, data collection using research instruments, data analysis is quantitative/statistical, with the aim to test the hypothesis that has been set. Sampling technique with sample random sampling of 86 respondents. Data processing techniques using SPSS version 22. Data analysis techniques used are classical assumption test, multiple linear regression test and hypothesis testing (t test, F test and coefficient of determination). Based on the results of the t test, it is known that partially feel and related variables significant affect customer loyalty to PT. Pegadaian CP Gaharu Medan customers. From the test results F and R<sup>2</sup> known that customer experience variables include sense, feel, think, act and relate simultaneously positive effect of 46.5% on customer loyalty at PT. Pegadaian CP Gaharu Medan*

*Keywords: customer experience, customer loyalty.*