

ABSTRAK

Evelyn Victoria Tanjung. Analisis *Customer Experience* Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Klinik Cita Vet Medan). Dibimbing oleh Bapak Binsar Sihombing, S.E., M.Si. dan Ibu Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos., M.M.

Kini industri jasa kesehatan hewan bukan saja berfokus dari pengobatan penyakit hewan saja, namun juga bagaimana memberi layanan yang berkualitas yang bertujuan untuk memberikan *experience* yang terbaik bagi para konsumennya. Seiring dengan hal tersebut, klinik hewan peliharaan memperoleh pasar yang potensial. Untuk melayani kebutuhan perawatan hewan peliharaan, jasa pelayanan yang bergerak dibidang perawatan hewan peliharaan berpeluang mengembangkan usahanya dengan berbagai strategi, khususnya strategi pemasaran. Tujuan dari penelitian adalah untuk menguji bagaimana panca indera, serta kognisi, emosi, perilaku, dan koneksi, berdampak pada kebahagiaan klien di Cita Vet. Penelitian mempergunakan pendekatan survei kuantitatif. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 96 orang, semuanya merupakan klien klinik hewan Cita Vet. Strategi pengambilan sampel mempergunakan purposive sampling yang berjumlah sebanyak 96 orang. Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan informasi. Untuk penelitian ini, kami menggunakan alat analisis regresi berganda SPSS. Kepuasan konsumen di Klinik Hewan Cita Vet secara parsial maupun simultan dipengaruhi oleh *sense, feeling, think, act, dan relate*, sesuai dengan temuan penelitian.

Kata kunci : *customer experience*, kepuasan konsumen

ABSTRACT

Evelyn Victoria Tanjung. Analysis of Customer Experiences Toward Consumer Satisfaction (Case Study at Cita Vet Clinic Medan). Supervised by Binsar Sihombing, S.E., M.Si. and Asmara Wildani Pasaribu, S.Sos., M.M.

Industry of animal health services is not only focused on treating animal diseases, but also on how to provide quality services that aim to provide the best experience for consumers. Along with this, pet clinics gain a potential market. To serve pet care needs, services operating in the pet care sector have the opportunity to develop their business with various strategies, especially marketing strategies. The aim of this researchs was to exam hows the five senses, as well as cognition, emotion, behavior, and connection, impact client happiness at Cita Vet. This research uses a quantitative survey approach. There were 96 participants in this research, all of whom were clients of the Cita Vet veterinary clinic. The samplings strategy use purposivesampling with an totals samples of 96 people. Questionnaires are used to collect information. For this research, we used the SPSS multiple regression analysis tool. Consumer satisfaction at the Cita Vet Animal Clinic is partially or simultaneously influenced by sense, feeling, think, act and connect, according to the findings of this research.

Keywords: customer experience, consumer satisfaction