

***THE EFFECT OF EXPERIENCE AND TRUST ON LOYALTY
VARIABLES OF CUSTOMER SATISFACTION (Case Study on
H&M DKI Jakarta)***

By Mirari Yovanda

ABSTRACT

This research uses descriptive quantitative method with software analysis tool SmartPLS 3.0. And the distribution technique is done by survey using google form. The purpose of this study was to determine the effect of Experience and trust on loyalty through intervening variables of customer satisfaction H&M DKI Jakarta. Using the sample method, namely purposive sampling with a total sample of 100 respondents. The criteria taken are consumers who have shopped at least 2 times. The results show (1) the Experience variable has no significant effect on loyalty; (2) the trust variable has no significant effect on loyalty; (3) the Experience variable has a significant effect on loyalty through satisfaction; (4) the trust variable has a significant effect on loyalty through satisfaction

Keywords: *Customer Loyalty; Customer Satisfaction; Customer Experience; Customer Trust*

**PENGARUH PENGALAMAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus pada
H&M DKI Jakarta)**

Oleh Mirari Yovanda

ABSTRAK

Metode dalam penelitian dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan *software* alat analisis *SmartPLS* 3.0. Dan teknik penyebaran dilakukan secara survey menggunakan *google form*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengalaman serta kepercayaan terhadap loyalitas melalui variabel intervening kepuasan pelanggan H&M DKI Jakarta. Menggunakan metode sampel adalah *purposive sampling* dengan banyak 100 sampel. Lalu kriteria diambil pelanggan yang pernah berbelanja minimal 2 kali. Hasil menunjukkan (1) variabel pengalaman tidak signifikan dengan kelayakitan pelanggan; (2) variabel kepercayaan tidak signifikan dengan kelayakitan pelanggan; (3) variabel pengalaman signifikan dengan kelayakitan pelanggan melalui kepuasan; (4) variabel kepercayaan signifikan dengan kelayakitan pelanggan melalui kepuasan.

Kata Kunci: Loyalitas Pelanggan; Kepuasan Pelanggan; Pengalaman Pelanggan; Kepercayaan Pelanggan