

***The Influence of Customer Experience and E-Service Quality on Customer Loyalty
through Customer Satisfaction of Netflix Users in Jabodetabek***

By Indah Rosiyati Saputri

Abstract

The type of research used by researchers is quantitative research which aims to determine the influence of customer experience on customer loyalty, the influence of e-service quality on customer loyalty, the influence of customer satisfaction on customer loyalty, the indirect influence of customer experience on customer loyalty through customer satisfaction, and The indirect influence of e-service quality on customer loyalty through customer satisfaction. This research uses primary data sources. The population in this study are Netflix users who live in the Jabodetabek area. The sample used was 384 respondents. The sampling technique in this research used a purposive sampling method. This research carried out data collection using an online questionnaire using the Google Form facility which was distributed via social media. This research uses the SEM method with the SmartPLS 3.2.9 software test tool. The research obtained results namely 1). Customer experience has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient value of 0.359, 2). E-service quality has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient value of 0.486, 3). Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty with a path coefficient value of 0.119, 4). Customer experience indirectly has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction with a path coefficient value of 0.058, 5). E-service product quality indirectly has a positive and significant effect on customer loyalty through customer satisfaction with a path coefficient value of 0,056.

Keywords: *Customer Experience, E-Service Quality, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Netflix*

Pengaruh *Customer Experience* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan Pengguna Netflix di Jabodetabek

Oleh Indah Rosiyati Saputri

Abstrak

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, pengaruh *customer experience* secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, dan pengaruh *e-service quality* secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan sumber data primer. Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna Netflix yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Sampel yang digunakan berjumlah 384 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Pengumpulan data yang dilakukan penelitian ini dengan kuesioner secara *online* menggunakan fasilitas *Google Form* yang disebarakan melalui media sosial. Penelitian ini menggunakan metode SEM dengan alat uji *software* SmartPLS 3.2.9. Penelitian memperoleh hasil yaitu 1). *Customer experience* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.359, 2). *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.486, 3). Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.119, 4). *Customer experience* secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.058, 5). *E-service quality* produk secara tidak langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien jalur sebesar 0.056.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *E-Service Quality*, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Netflix