

**PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE*
TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG
DI TRANS STUDIO BANDUNG**

ABSTRAK

Oleh

Muhammad Viradly Arsyad

1306921

Customer Experience yang positif dapat mendorong terciptanya ikatan emosional antara merk perusahaan dan pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer Experience* terhadap loyalitas pengunjung Trans Studio Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan verifikatif. Variabel dalam penelitian ini *customer experience* dan loyalitas pengunjung. Pada penelitian, pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Data yang terkumpul dari kuesioner berupa data ordinal, data ini perlu dirubah dalam bentuk interval dan hal ini menggunakan MSI (*Method Success Interval*). Sedangkan untuk menentukan rentang ranking dari kuesioner, peneliti menggunakan garis kontinum. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat dalam penelitian ini, diketahui bahwa skor mengenai *customer experience* berada pada kategori tinggi dengan skor 3613 dan skor mengenai loyalitas pengunjung berada dalam kategori netral atau sedang dengan skor 2011. Dilihat dari besaran pengaruh *customer experience* terhadap loyalitas pengunjung yaitu sebesar 55,4% atau dapat disimpulkan bahwa pengaruh *customer experience* berada pada kategori sedang.

Kata kunci: *Customer experience*, loyalitas pengunjung, dan Trans Studio Bandung.

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER EXPERIENCE
TOWARD LOYALTY OF VISITORS
AT TRANS STUDIO BANDUNG***

ABSTRACT

By

Muhammad Viradly Arsyad

1306921

A positive customer Experience can encourage an emotional truss between a company and a customer that can increase loyalty. This study aims to knowing the effect of customer experience to the loyalty of visitors Trans Studio Bandung. The research method used in this research is descriptive and verificative. Variabels in this study is customer experience and loyalty of visitors. In the study, data collection was obtained through observation and questionnaire. The data collected from the questionnaire is ordinal data, this data needs to be changed in interval form and this is using MSI (Method Success Interval). Meanwhile, to determine the range of ranking of the questionnaires, researchers use the continuum line. Based on the results of research obtained in this study, it is known that the score of customer experience is in the high category with a score of 3613 and the score of loyalty visitors are in the category of neutral or moderate with the score 2011. Viewed from the magnitude of the influence of customer experience to loyalty of visitors that is equal to 55,4% or it can be concluded that the influence of customer experience is in the category of middling.

Keywords: *Customer experience, loyalty of visitors, and Trans Studio Bandung*