

**PENGARUH NILAI PELANGGAN DAN PENGALAMAN MEREK
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN
PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi Empiris Pada Pelanggan ACP Seven PT Sembilan Cipta Karya Padang).**

¹Utari Yanita,²Dahliana Kamener,³Mery Trianita
¹Mahasiswa Jurusan Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universita Bung Hatta
²Dosen Jurusan Manajemen,Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Bung Hatta
E-mail :utariyanita4@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman merek terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (studi empiris pada pelanggan ACP seven PT embilan cipta karya padang). Penelitian ini dilakukan terhadap 70 orang pelanggan non individual produk ACP seven PT sembilan cipta karya padang yang di ambil dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisa data yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Uji hipotesis dengan menggunakan uji T-statistik untuk membuktikan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara persial.

Hasil penelitian ini menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif memediasi hubungan antara nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara kepuasan pelanggan tidak berpengaruh positif memediasi hubungan pengalaman merek terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: nilai pelanggan, pengalaman merek, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan

**THE INFLUENCE OF CUSTOMER VALUE AND BRAND EXPERIENCE ON
CUSTOMER LOYALTY THROUGH CUSTOMER SATISFACTION AS A
MEDIATION VARIABLES**

(Studi Empiris Pada Pelanggan ACP Seven PT Sembilan Cipta Karya Padang)

¹*Utari Yanita,* ²*Dahliana Kamener,* ³*Mery Trianita*

*1 Student of Management Department, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University*

*2 Lecturer in Management Department, Faculty of Economics and Business
Bung Hatta University
E-mail :utariyanita4@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of customer value and brand experience on customer loyalty through customer satisfaction as a mediating variable (empirical study on ACP seven PT customers embilan Cipta Karya padang). This research was conducted on 70 non-individual customers of ACP seven PT nine Cipta Karya padang products taken by purposive sampling technique. The data analysis method used is quantitative research methods. Hypothesis testing using the T-statistic test to prove the effect of independent variables on the dependent variable partially.

The results of this study found that customer satisfaction has a positive effect on mediating the relationship between customer value and customer loyalty. Meanwhile, customer satisfaction has no positive effect on mediating the relationship between brand experience and customer loyalty.

Keywords: *customer value, brand experience, customer satisfaction, customer loyalty*