

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai hedonis, nilai sosial terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan *online travel agent* Pegipegi. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu nilai hedonis, nilai sosial, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan *online travel agent* Pegipegi di Indonesia, dengan melibatkan 134 responden yang dipilih secara *purposive sampling* dengan teknik *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* (SEM) dengan program AMOS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai hedonis dan nilai sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya dapat memperluas cakupan objek penelitian seperti melibatkan beberapa perusahaan atau organisasi serupa.

Kata Kunci : Nilai Hedonis, Nilai Sosial, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.