

**Hubungan antara *Customer Experience* dengan Loyalitas Pelanggan *Store Sociolla* pada Mahasiswa Universitas Diponegoro**

**Putri Ramadhani Salim**

**15000119140209**

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro

Jl. Prof Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275

Email: [ramadhaniputrisalim@gmail.com](mailto:ramadhaniputrisalim@gmail.com)

**ABSTRAK**

Perkembangan bisnis terutama bidang kecantikan sangat berkembang pesat. *Sociolla* merupakan *store* kecantikan yang memunhi kebutuhan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *customer experience* dengan loyalitas pelanggan *Sociolla* pada mahasiswa Universitas Diponegoro. Loyalitas pelanggan suatu keadaan ketika pelanggan memiliki ketertarikan terhadap suatu produk, memiliki keterikatan pada produk tersebut, dan memiliki inisiasi untuk melakukan pembeliannya di masa mendatang. *Customer experience* adalah pengalaman dari bentuk interaksi antara pelanggan dengan perusahaan yang meliputi keseluruhan kegiatan yang menjadi bagian dari proses berbelanja. Penelitian ini mengambil 100 sampel. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pada mahasiswa Universitas Diponegoroyang pernah melakukan transaksi pada *store offline Sociolla* lebih dari 2 kali. Pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu skala loyalitas pelanggan (28 aitem valid,  $\alpha = 0,945$ ) dan *customer experience* (23 aitem valid,  $\alpha = 0,915$ ). Teknik analisis data menggunakan regresi sederhana yang menunjukkan adanya hubungan positif antara *customer experience* dengan loyalitas pelanggan *Sociolla* ( $r_{xy} = 0,557$  ;  $p < 0,05$ ) yang artinya semakin tinggi *customer experience* maka semakin tinggi loyalitas pelanggan *Sociolla*. *Customer experience* memberikan sumbangan efektif sebesar 31% terhadap loyalitas pelanggan dan sisanya tidak diungkapkan pada penelitian ini.

**Kata Kunci :** *Customer experience*, Loyalitas pelanggan, *Sociolla*, Mahasiswa.