

**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.