

ABSTRAK

Nama : Rina Dara
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Nilai Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Produk Kosmetik Merek Make Over Pada Masyarakat Kota Panton Labu Kabupaten Aceh Utara.

Penelitian ini dilakukan pada loyalitas produk kosmetik merek *Make Over* pada masyarakat Kota Panton Labu Kabupaten Aceh Utara. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti, konsumen memiliki loyalitas jangka panjang terhadap kosmetik merek *Make Over*, sehingga membuat konsumen merasa membutuhkan produk tersebut, merasa cocok dengan produk tersebut, dan akan terus menggunakan produk tersebut dengan waktu yang tidak terbatas. Loyalitas seperti ini menunjukkan bahwa pelanggan harus selalu merasa puas terhadap produk yang digunakannya lebih lama dan menerima nilai pengalaman pelanggan. Penilaian pelanggan ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu: nilai fungsional, nilai emosional, dan nilai sosial. Berdasarkan uraian dan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Nilai Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Produk Kosmetik Merek *Make Over* Pada Masyarakat Kota Panton Labu Kabupaten Aceh Utara”. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang di ukur dalam skala angka, yang mengukur satu atau lebih variabel dalam populasi atau sampel yang ingin di teliti, baik secara angka maupun statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari responden atau lokasi penelitiannya. Nilai koefisien terhadap variabel Respon Konsumen (Y) adalah sebesar 0.676 atau 67.6%. Nilai ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel independen X_1, X_2, X_3 dapat menjelaskan variabel Loyalitas Merek (Y) sebesar 67.6%. Sedangkan, 32.4% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian yang dilakukan. Penelitian berikutnya juga bisa memperluas cakupan dengan memasukkan variabel lain yang dapat memengaruhi loyalitas merek.

Kata Kunci : Nilai Pengalaman Pelanggan, *Brand Awareness*, Loyalitas Merek

ABSTRACT

Name : Rina Dara
Study program : Management
Title : *The Effect of Customer Experience Value on Loyalty of Make Over Brand Cosmetic Products in the Community of Panton Labu City, North Aceh Regency.*

This research was conducted on the loyalty of make over brand cosmetic products in the people of Panton Labu City, North Aceh Regency. Based on the researcher's observations, consumers have long-term loyalty to makeover brand cosmetics, so that consumers feel that they need the product, feel suitable for the product, and will continue to use the product for an unlimited time. This kind of loyalty shows that customers should always feel satisfied with the product they use for longer and accept the value of the customer experience. This customer assessment is divided into three parts, namely: functional value, emotional value, and social value. Based on the description and problems above, the researcher is interested in conducting a study entitled "The Effect of Customer Experience Value on the Loyalty of Make Over Brand Cosmetic Products in the Community of Panton Labu City, North Aceh Regency". The type of data used in this study is quantitative data, which is data measured in a numerical scale, which measures one or more variables in the population or sample to be studied, both numerically and statistically. The data source used in this study is primary data, namely data obtained directly from respondents or research locations, the coefficient value of the Consumer Response variable (Y) is 0.676 or 67.6%. This value shows that the contribution of the independent variable X1,X2,X3 can explain the Brand Loyalty (Y) variable by 67.6%. Meanwhile, the other 32.4% was influenced by other variables outside the research conducted. Subsequent research could also expand the scope by including other variables that can affect brand loyalty.

Keywords : *Customer Experience Value, Brand Awareness, Brand Loyalty*