

ABSTRAK

Nama : Ainna Mahrum Nasution

Program Studi : Manajemen

Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience*, *Customer Engagement*, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Kosmetik Glad2glow Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan pelanggan di tengah persaingan industri kosmetik yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Experience*, *Customer Engagement*, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen produk kosmetik Glad2Glow pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan industri kosmetik yang menuntut perusahaan untuk menciptakan pengalaman yang positif, meningkatkan keterlibatan pelanggan, serta memberikan kepuasan guna membangun loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh yang menggunakan produk kosmetik Glad2Glow dengan jumlah populasi sebanyak 3.173 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 112 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala *Likert*, sedangkan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, *Customer Engagement* tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, sedangkan Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 55,9% menunjukkan bahwa *Customer Experience*, *Customer Engagement*, dan Kepuasan Pelanggan mampu menjelaskan Loyalitas Konsumen sebesar 55,9%, sedangkan sisanya sebesar 44,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, peningkatan pengalaman pelanggan dan kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk kosmetik Glad2Glow.

Kata Kunci: *Customer Experience*, *Customer Engagement*, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Name : Ainna Mahrum Nasution

Study Program : Management

Thesis Title : The Influence of Customer Experience, Customer Engagement, and Customer Satisfaction on Consumer Loyalty of Glad2glow Cosmetic Products Among Students of the Faculty of Economics and Business, Malikussaleh University.

Consumer loyalty is one of the important factors that determines a company's success in retaining customers amidst increasingly competitive cosmetics industry competition. This study aims to analyze the influence of Customer Experience, Customer Engagement, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty toward Glad2Glow cosmetic products among students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Malikussaleh. This research was motivated by the increasingly intense competition in the cosmetic industry, requiring companies to create positive customer experiences, strengthen customer engagement, and improve customer satisfaction in order to enhance customer loyalty. This study employed a quantitative approach using a survey method. The population consisted of 3,173 students of the Faculty of Economics and Business, Universitas Malikussaleh who use Glad2Glow cosmetic products. The sampling technique used was purposive sampling, resulting in 112 respondents. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using multiple linear regression with the Statistical Product and Service Solutions (SPSS) program. The findings reveal that Customer Experience has a positive and significant effect on Customer Loyalty, Customer Engagement has no significant effect on Customer Loyalty, while Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Customer Loyalty. The coefficient of determination (Adjusted R Square) of 55.9% indicates that Customer Experience, Customer Engagement, and Customer Satisfaction explain 55.9% of the variation in Customer Loyalty, while the remaining 44.1% is explained by other variables outside the scope of this study. Therefore, improving customer experience and customer satisfaction is essential to strengthening customer loyalty toward Glad2Glow cosmetic products.

Keywords: *Customer Experience, Customer Engagement, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*