

ABSTRAK

Nama : Hendri Kurniawan
Nim : 220410022
Program studi : Manajemen
Judul : pengaruh nilai pengalaman pelanggan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada Masyarakat di Kota Lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh nilai pengalaman pelanggan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada Masyarakat di Kota Lhokseumawe. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Masyarakat di kota Lhokseumawe. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan Teknik pengumpulan sampel menggunakan *non-probability sampling*. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data primer, yang di peroleh dari penyebaran kuesioner secara langsung dengan metode *purposive sampling*, melibatkan 120 orang responden. Untuk analisis data, digunakan analisis regresi linier berganda menggunakan perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 26.0. hasil penelitian menunjukkan bahwa Nilai fungsional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada masyarakat di Kota Lhokseumawe, Nilai emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada masyarakat di Kota Lhokseumawe, Nilai sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada masyarakat di Kota Lhokseumawe, Nilai fungsional, nilai emosional, dan nilai sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas produk Kopi Gayo pada masyarakat di Kota Lhokseumawe.

Kata kunci : nilai fungsional, nilai emosional, nilai social, loyalitas produk.

ABSTRACT

Nama : Hendri Kurniawan
Nim : 220410022
Program studi : Manajemen
Judul : *The influence of customer experience value on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City*

This study aims to analyze the influence of customer experience value on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City. The population in this study was the entire community in Lhokseumawe City. The research method used a quantitative approach with a non-probability sampling technique. The data collected in this study were primary data obtained from direct questionnaire distribution using a purposive sampling method, involving 120 respondents. For data analysis, multiple linear regression analysis was used using Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) version 26.0 software. The results showed that functional value had a positive and significant effect on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City. Emotional value had a positive and significant effect on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City. Social value had a positive and significant effect on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City. Functional value, emotional value, and social value simultaneously had a positive and significant effect on loyalty to Gayo Coffee products among the community in Lhokseumawe City.

Keywords: functional value, emotional value, social value, product loyalty.