

ABSTRAK

Nopi Sri Wahyuni, NIM. 3402220401. “Pengaruh *Customer Experience* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Suatu Studi pada Konsumen Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya)”. Dibawah bimbingan Bapak H. Mujaddid Faruk, S.E., M.M. (Pembimbing I) dan Ibu Anisa Lisara, S.Pd., M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Customer Experience* dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya. Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *customer experience* dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kondisi pengaruh *customer experience* dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi. Analisis data yang digunakan meliputi analisis koefisien korelasi sederhana dan berganda, analisis regresi linear sederhana dan berganda, koefisien determinasi, serta pengujian hipotesis uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *customer experience* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen pada Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *customer experience* dan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, baik secara parsial maupun simultan, sehingga hipotesis yang diajukan diterima dan teruji kebenarannya. Oleh karena itu, Klinik Kecantikan Pratama Shayla Tasikmalaya disarankan dengan menekankan bahwa klinik perlu meningkatkan pengalaman konsumen terutama pada dimensi *act* (aksi), meningkatkan kemampuan (*ability*) tenaga pelayanan, serta mempertahankan loyalitas konsumen melalui peningkatan kualitas pelayanan secara berkelanjutan.

Kata Kunci: *Customer Experience*, Kepercayaan Konsumen, Loyalitas Konsumen