

ABSTRAK

PENGARUH *FLOW EXPERIENCE* DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA APLIKASI LAZADA DENGAN PENGALAMAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI

(Studi pada pengguna Aplikasi Lazada di Kota Yogyakarta)

Muhammad Jhody Hara

E-mail : 141190236@student.upnyk.ac.id

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh “pengaruh *flow experience* dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi lazada dengan pengalaman pelanggan sebagai variabel mediasi”. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner berbentuk *google form* tentang *flow experience*, kepuasan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan loyalitas pelanggan kepada 96 responden. Dalam penelitian ini teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan software *SmartPLS 3.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) *Flow experience* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, (2) *Flow experience* berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (3) *Flow experience* memiliki efek positif pada pengalaman pelanggan, (4) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (5) Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, (6) Pengalaman pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci : *Flow Experience*, Kepuasan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Loyalitas Pelanggan