

**PENGARUH *HEDONIC VALUE* DAN *UTILITARIAN VALUE* TERHADAP  
*CUSTOMER LOYALTY*, YANG DIMEDIASI OLEH *CUSTOMER*  
*SATISFACTION* DAN *CUSTOMER HAPPINESS*  
(Studi Pada Pelanggan Produk Apple di Jakarta)**

**SUHA ALSAFINATUNNAJAH**

NIM. 141190079

Mahasiswa Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta  
Email : [141190079@student.upnyk.ac.id](mailto:141190079@student.upnyk.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *direct effect* dan *indirect effect* dari *Hedonic Value* dan *Utilitarian Value* terhadap *Customer Loyalty* dengan *Customer Satisfaction* dan *Customer Happiness* sebagai variabel mediasi pada produk Apple. Objek penelitian ini merupakan 241 pelanggan produk Apple di Jakarta. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability* dengan jenis *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan analisis SEM dengan program SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) *Hedonic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, (2) *Utilitarian value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer satisfaction*, (3) *Hedonic value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, (4) *Utilitarian value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, (5) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, (6) *Customer satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer happiness*, (7) *Customer happiness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*, (8) *Customer satisfaction* secara positif dan tidak signifikan memediasi pengaruh *hedonic value* terhadap *customer loyalty*, (9) *Customer satisfaction* secara positif dan tidak signifikan memediasi pengaruh *utilitarian value* terhadap *customer loyalty*, (10) *Customer happiness* secara positif dan signifikan memediasi pengaruh *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*.

Kata kunci : *Hedonic Value*, *Utilitarian Value*, *Customer Satisfaction*, *Customer Happiness*, *Customer Loyalty*, *Apple*.