

Pengaruh *Electronic Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Secara Online Pada Pelanggan Ekspedisi SiCepat Ekspres di Kabupaten Sleman

MUHAMMAD ARIQ HAKIM

NIM 141190070

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ariqhakim4@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan, citra merek dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan ekspedisi SiCepat Ekspres di Kabupaten Sleman. Penelitian ini menggunakan salah satu teknik dalam non probability sampling yaitu purposive sampling. Populasi yang digunakan penelitian ini adalah seluruh pelanggan ekspedisi SiCepat Ekspres di Kabupaten Sleman. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 127 responden. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS). Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa variabel *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan, citra merek dan *customer experience* berpengaruh langsung dengan variabel kepuasan pelanggan, variabel *electronic word of mouth* dan citra merek berpengaruh langsung dengan variabel loyalitas pelanggan. Dan variabel mediasi mampu memediasi antara variabel *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan dan citra merek dengan loyalitas pelanggan. Tetapi, tidak mampu memediasi antara *customer experience* dengan loyalitas pelanggan

Kata Kunci : *electronic word of mouth*, kualitas pelayanan, citra merek, *customer experience*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan