

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, CUSTOMER EXPERIENCE, AND SWITCHING BARRIERS ON CUSTOMER LOYALTY

(Case Study on Gojek and Grab Consumers in Tasikmalaya City)

By:

Muhamad Irfan Sabilulhuda

198334027

Supervisor I : Prof. Dr. H Kartawan, SE., M.P.

Supervisor II : Dr. Dedi Rudiana S.E., M.P.

The purpose of this study are to find out and analyze the brand image, customer experience, and switching barriers on customer loyalty of Gojek and Grab customer in Tasikmalaya City.

The research method used in this research are primary and secondary data. The object of this research are Gojek and Grab customers in the Tasikmalaya City, with the incidental sampling method being used as a sampling technique. The data analysis technique used is path analysis.

The results of the study show that brand image, customer experience, and switching barriers for Gojek and Grab customers in Tasikmalaya City are in the good category. The results also prove that simultaneously and partially the brand image, customer experience and switching barriers have significant effect on customer loyalty of Gojek and Grab in Tasikmalaya City.

Keywords: Brand Image, Customer Experience, Switching Barriers, Customer Loyalty.

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, *CUSTOMER EXPERIENCE*, DAN HAMBATAN BERPINDAH TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN

(Studi Kasus pada Konsumen Gojek dan Grab di Daerah Kota Tasikmalaya)

Oleh:

Muhamad Irfan Sabiluhuda

198334027

Pembimbing I : Prof. Dr. H Kartawan, SE., M.P.

Pembimbing II : Dr. Dedi Rudiana S.E., M.P.

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis citra merek, *customer experience*, dan hambatan berpindah terhadap loyalitas pelanggan Gojek dan Grab di Kota Tasikmalaya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Objek penelitian ini adalah pelanggan Gojek dan Grab di Kota Tasikmalaya, dengan Teknik penarikan sampel menggunakan metode incidental sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis jalur.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, *customer experience*, dan hambatan berpindah pada pelanggan Gojek dan Grab di Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori baik. Hasil pengujian juga membuktikan bahwa secara simultan dan parsial citra merek, *customer experience* dan hambatan berpindah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Gojek dan Grab di Kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: Citra Merek, *Customer Experience*, Hambatan Berpindah, Loyalitas Pelanggan