

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam menggunakan Go Food untuk melakukan pembelian Poofy Puff Solo. Partisipan dalam penelitian ini sebanyak 280 responden yang di dapatkan secara daring. Pengujian hipotesis dilakukan dengan *Structural Equation Modeling* (SEM).

Penelitian ini memiliki temuan yang memperlihatkan bahwa *sense* dan *feel* memiliki pengaruh positif pada kepuasan pelanggan Go food. *Think*, *act*, dan *relate* tidak berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Go Food. Kepuasan pelanggan Go Food berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan Go Food. *Sense*, *feel*, dan *relate* berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Poofy Puff Solo. *Think* dan *act* tidak berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Poofy Puff Solo. Kepuasan pelanggan Poofy Puff Solo memiliki pengaruh positif pada loyalitas pelanggan Poofy Puff Solo.

Kata kunci: *Experiential marketing*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, SEM.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors that influence customer satisfaction and customer loyalty in using Go Food to purchase Poofy Puff Solo. Participants in this study were 280 respondents who were obtained online. Hypothesis testing is done using Structural Equation Modeling (SEM).

This study has findings that sense and feel have a positive influence on Go food customer satisfaction. Think, act, and relate have no positive effect on Go Food customer satisfaction. Go Food customer satisfaction has a positive effect on Go Food customer loyalty. Sense, feel, and relate have a positive effect on Poofy Puff Solo customer satisfaction. Think and act do not have a positive effect on Poofy Puff Solo customer satisfaction. Poofy Puff Solo customer satisfaction has a positive influence on Poofy Puff Solo customer loyalty.

Keywords: *Experiential marketing, customer satisfaction, customer loyalty, SEM.*