

ABSTRAK

Nirani Mayang
Martin, 2024

: Citra Perusahaan dan Fasilitas: Pengaruhnya Terhadap
Kepuasan Konsumen PT PELNI Cabang Tanjungpinang
Melalui *Customer Experience*
Dosen Pembimbing : Hj. Iranita, SE., M.Si
Kiki Wulandari, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Perusahaan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen PT PELNI Cabang Tanjungpinang Melalui *Customer Experience*. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini yaitu pengguna yang telah menggunakan KM Bukit Raya lebih dari dua kali pada rentang bulan Januari – September 2023, dengan menggunakan metode *accidental sampling*, memperoleh populasi sebanyak 23.864, yang kemudian menentukan sampel dengan rumus slovin, diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *Customer Experience* tidak berhasil menjadi variabel yang memperantarai antara variabel Citra Perusahaan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai pengaruh secara tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh secara langsung. Sedangkan hasil analisis uji t variabel Citra Perusahaan dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial berpengaruh signifikan dan positif. Hal ini dibuktikan dengan nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,645 dapat diartikan bahwa Citra Perusahaan, Fasilitas dan *Customer Experience* terhadap Kepuasan Konsumen dapat menjelaskan model sebesar 64,5%.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Fasilitas, Kepuasan Konsumen dan *Customer Experience*

ABSTRACT

Nirani Mayang
Martin, 2024

: *Company Image and Facilities: The Impact On Customer Satisfaction at PT PELNI Tanjungpinang Branch Through Customer Experience*

Mentors

: Hj. Iranita, SE., M.Si

Kiki Wulandari, S.E., M.M

This research aims to determine the influence of Company Image and Facilities on Customer Satisfaction at PT PELNI Tanjungpinang Branch Through Customer Experience. This type of research uses quantitative methods. The sample in this research is users who have used KM Bukit Raya more than twice in the period January – September 2023, using the accidental sampling method, obtaining a population of 23.864, who then determined the sample using the Slovin formula, obtaining a sample of 100 respondents. The analysis method in this research use path analysis. Based on the results of the analysis, it shows that the Customer Experience variable did not succeed in becoming a mediating variable between the Company Image and Facilities variables on Customer Satisfaction. This is proven by the indirect influence value being smaller than the direct influence value. Meanwhile, the results of the test analysis of the Company Image and Facilities variables on Customer Satisfaction partially have a significant and positive effect. This is proven by the Sig value $< 0,05$ and $t_{count} > t_{table}$. Based on coefficient of determination test (R^2) seen from the Adjusted R Square value of 0,645, it can be interpreted that Company Image, Facilities and Customer Experience can explain the model by 65,5%.

Keywords : *Company Images, Facilities, Customer Satisfaction and Customer Experience*