

ABSTRAK

Kenny Elton (00000022498)

Pengaruh *Experience Quality* terhadap *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* pada *Customer Loyalty Cork & Screw*

Tujuan : Untuk mengetahui *Experience Quality* terhadap *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* pada *Customer Loyalty* dari konsumen yang pernah mengunjungi restoran *Cork & Screw* karena restoran tersebut merupakan restoran baru sehingga *Experience Quality* masih dibutuhkan untuk diteliti. Dan pada penelitian ini menggunakan empat variabel yang terdiri dari *Experience Quality*, *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*. Populasi pada penelitian untuk konsumen yang pernah membeli produk serta menikmati konsep *outdoor* dari restoran *Cork&Screw* sehingga juga dapat menggunakan pengolahan data terhadap 260 responden untuk mengetahui apakah *Experience Quality* dapat memberikan pengaruh positif pada *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* dan pada penelitian melakukan pengolahan data menggunakan SEM-PLS.

Referensi : 1975-2020

Kata Kunci : *Experience Quality*, *Customer Perceived Value*, *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty*.