

## ABSTRAK

**Neneng Handayani (1148020217): Pengaruh *Customer Delight* terhadap *Customer Loyalty* Pengguna *Smartphone* Samsung (Studi Pada Santri Pondok Pesantren Al-Ihsan Cileunyi Bandung).**

Perkembangan dan kemajuan teknologi yang semakin mengglobal membawa dampak bagi dunia usaha. Semakin pesatnya perkembangan teknologi terutama di bidang telekomunikasi telah muncul berbagai gejala dengan beragamnya jenis *smartphone* yang ditawarkan perusahaan – perusahaan yang bergerak di bidang teknologi dan telekomunikasi untuk bersaing menarik perhatian konsumen. Akan tetapi perusahaan yang mampu menarik perhatian konsumen yaitu perusahaan yang bisa menciptakan kepuasan yang tinggi (*customer delight*) pada setiap produk dan inovasinya dan semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen maka semakin tinggi pula loyalitas yang dimiliki sehingga terciptalah *customer loyalty*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *customer delight* terhadap *customer loyalty smartphone* samsung. Penelitian ini dilakukan pada Santri yang menggunakan *smartphone* samsung di Pondok Pesantren Al-Ihsan Cileunyi Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Pengujian instrumen data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, dan pengujian hipotesis yaitu analisis regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Uji hipotesis menggunakan taraf nyata 0,05 atau 5%. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software Statistical Product and Service Solution (SPSS) 20.0 for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan (bersama – sama) *justice*, *esteem*, dan *finishing touch* yang merupakan dimensi dari *customer delight* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Hasil koefisien determinasi diperoleh *R-Square* dengan nilai sebesar 0,286 atau sebesar 28,6% yang menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu *customer delight* mampu memberikan pengaruh sehingga terciptanya *customer loyalty* pengguna *smartphone* samsung pada Santri Pondok Pesantren Al-Ihsan Cileunyi Bandung sebesar 28,6%. Sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar *customer delight*.

**Kata Kunci :** *Customer Delight, Customer Loyalty*.