

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh inovasi layanan digital dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan pada PT Zafa Mulia Mandiri. Penelitian ini mengimplementasikan metode survei dengan pendekatan kuantitatif melalui pengiriman kuesioner kepada 100 partisipan yang merupakan pelanggan perusahaan PT Zafa Mulia Mandiri. Metode pengambilan sampel menggunakan pengambilan sampel purposive dengan syarat responden yang telah menggunakan layanan perusahaan. Analisis memakai analisis regresi linear berganda dengan bantuan program *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS). Temuan penelitian mengindikasikan bahwa inovasi layanan digital dan *customer experience* memengaruhi secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial, inovasi layanan digital mendatangkan dampak yang baik terhadap kesetiaan pelanggan melalui kemudahan akses layanan, ketersediaan layanan setiap saat, dan kemudahan navigasi sistem digital. Selain itu, *customer experience* juga memberikan dampak positif terhadap loyalitas pelanggan yang ditunjukkan melalui keramahan staf, kemampuan komunikasi, dan empati terhadap pelanggan. Secara simultan, inovasi layanan digital dan *customer experience* mampu meningkatkan loyalitas pelanggan PT Zafa Mulia Mandiri. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan digital yang didukung oleh pengalaman pelanggan yang positif dapat menjadi strategi yang efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan pada industri perjalanan haji dan umrah.

Kata Kunci: Inovasi Layanan Digital, *Customer Experience*, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital service innovation and customer experience on customer loyalty at PT Zafa Mulia Mandiri. The research employed a quantitative approach using a survey method through questionnaires distributed to 100 customers of PT Zafa Mulia Mandiri. The sampling technique used was purposive sampling, with respondents selected based on their experience in using the company's services. Data were analyzed using multiple linear regression with the assistance of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results indicate that digital service innovation and customer experience have a positive and significant effect on customer loyalty. Partially, digital service innovation contributes positively to customer loyalty through ease of access, service availability, and user-friendly digital navigation. Customer experience also has a positive effect on customer loyalty, reflected in staff friendliness, communication skills, and empathy toward customers. Simultaneously, digital service innovation and customer experience significantly enhance customer loyalty at PT Zafa Mulia Mandiri. These findings suggest that improving digital service quality supported by positive customer experiences can serve as an effective strategy to maintain and strengthen customer loyalty in the Hajj and Umrah travel industry.

Keywords: *Digital Service Innovation, Customer Experience, Customer Loyalty.*