

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk memahami seberapa signifikan pengaruh dari *Customer Experience*, *Customer service quality* terhadap *Customer loyalty* melalui *Customer perceived value* dan *Customer Satisfaction* Cinema XXI di Kota Bandung, Jawa Barat. Metode kuantitatif adalah metode yang diterapkan dalam kajian ini. Ukuran sampel diambil dari 384 orang berdasarkan rumus Coacran dari populasi yang tidak diketahui. Purposive *non-probability* dengan pengambilan data melalui kuisioner pengukurannya menggunakan skala Likert merupakan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel. Software Smart PLS versi 4.0.9.8 dengan menggunakan metode *Structural Equation Modelling-Partial Least Square* (SEM-PLS) adalah tools yang digunakan dalam penelitian ini. Temuan uji memperlihatkan bahwa seluruh variabel bebas yaitu *Customer Experience* dan *Customer Service Quality* melalui variabel intervening yaitu *Customer Perceived Value* dan *Customer Satisfaction* secara signifikan berpengaruh terhadap *Customer Loyaty* Cinema XXI di Kota Bandung.

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