

**Pengaruh Nilai Emosional Pelayanan *Cyberspace* (Dunia Maya) Dan  
Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan  
(Studi Pada Bisnis *Online* Kuliner LU•WE)**

**Nama Mahasiswa : Meling Permatasari**

**Email : [apple.mps98@gmail.com](mailto:apple.mps98@gmail.com)**

*Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*

Dosen Pembimbing :

Drs. Gandung Satriyono, S.T. M.M<sup>1</sup>

Yudiarto Perdana Putra, S.E M.M<sup>2</sup>

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Nilai Emosional dan *Diferensiasi* Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Bisnis *Online* Kuliner LU•WE. Pengaruh yang ingin diketahui adalah pengaruh langsung maupun tidak langsung. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 60 responden. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Sampel Jenuh (Sampel Sensus), sampel yang diambil dari populasi betul-betul *representative* (mewakili). Pendekatan kuantitatif digunakan melalui penggunaan regresi berganda dengan menggunakan SPSS Statistics 23. Hasil uji simultan (uji F) Nilai Emosional dan *Diferensiasi* yaitu 1,645 , F tabel 3,16 ( $0,202 < 0,05$ ), yang berarti tidak terdapat pengaruh secara bersama-sama Nilai Emosional dan *Diferensiasi* Produk terhadap Loyalitas Pelanggan LU•WE. Berdasarkan hasil dari seluruh variabel yang tidak berpengaruh, peneliti mencoba mencari faktor lain yang mempengaruhi loyalitas terhadap LU•WE, dan ditemukan bervariasi, mulai dari ketertarikan karena setiap hari Promosi melalui media sosial, Harga yang terjangkau, Porsi yang banyak, Produk yang selalu memiliki Inovasi, Pelayanan yang Ramah, Kualitas Rasa, Selalu meninggalkan kritik dan saran, Memberikan *Greeting Card*, dan Mendapatkan Bonus.

Kata Kunci : Nilai Emosional, *Diferensiasi* Produk, Loyalitas Pelanggan.