

## ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jember, yakni berjumlah 1.697 mahasiswa. Sampel yang digunakan sebanyak 95 responden. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Analisis regresi menunjukkan bahwa harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan memiliki nilai koefisien positif, yang berarti semua variabel independen berpengaruh positif terhadap retensi pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 53.8% variabel retensi pelanggan dapat dijelaskan oleh harga, kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 46.2% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti *switching cost*, citra merek, citra perusahaan dan lain-lain.

Kata kunci: harga, kepercayaan, kepuasan dan retensi pelanggan

## **ABSTRACT**

*Research about factors that influence customer retention. The purpose of this research is to analyze the influence of price, trust and customer satisfaction to the customer retention. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are All the active students of the Department Management, Economics Faculty, Muhammadiyah Jember University, amounted to 1697 students. The samples used were 95 respondents. The analysis tool using multiple linear regression. Regression analysis showed price, trust and customer satisfaction have a positive influence to the customer retention. Hypotesis test results showed significant value of leadership styles, organizational commitment and communication have a significant influence to the customer retention. Coefficient determination test shows that 53.8% of customer retention influenced by price, trust and customer satisfaction. While the remaining 46.2% is influenced by other variables outside the model or equation, like Switching cost, brand image, corporate image and others.*

*Key words: price, trust, customer satisfaction dan customer retention*