

ABSTRAK

Persaingan yang semakin kompetitif serta pelanggan yang semakin kritis dalam memilih jasa potong rambut, menuntut usaha di bidang jasa potong rambut untuk lebih inovatif dalam menciptakan nilai jasa pelayanan. Permasalahan yang terjadi pada Osing Barbershop, dilihat dari tingkat kepercayaan pelanggan, inovasi dan kualitas pelayanan menunjukkan permasalahan yang perlu diperhatikan secara khusus, serta rendahnya tingkat loyalitas pelanggan pada Osing Barbershop, dari beberapa faktor tersebut perlunya lakukan penelitian selanjutnya dengan tujuan meningkatkan loyalitas pelanggan pada Osing Barbershop. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan, inovasi dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Osing Barbershop Kab. Jember. Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 195 responden dan menggunakan Teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* dengan bantuan bantuan kuesioner sebagai alat utama dalam mengumpulkan data responden. Adapun teknik analisis data penelitian ini dengan menggunakan pengujian instrument, asumsi klasik, regresi linear berganda, hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil analisis yang diperoleh menunjukkan bahwa kepercayaan, inovasi dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan Osing Barbershop Kab. Jember. Hasil dari uji f berpengaruh secara simultan dan hasil dengan Tingkat kontribusi pengaruh sebesar 0,411 atau 41%.

Kata Kunci : Kepercayaan, Inovasi, Kualitas Layanan, Loyalitas



ABSTRACT

*Increasingly competitive competition and customers who are increasingly critical in choosing barber services, demand businesses in the field of barber services to be more innovative in creating service value. The problems that occur at Osing Barbershop, seen from the level of customer trust, innovation and quality of service indicate problems that need special attention, as well as the low level of customer loyalty at Osing Barbershop, from several factors it is necessary to conduct further research with the aim of increasing customer loyalty at Osing Barbershop. This study aims to determine and analyze the effect of trust, innovation and quality of service on customer loyalty at Osing Barbershop, Jember Regency. This type of research uses a quantitative method with a sample size of 195 respondents and uses the Non Probability Sampling sampling technique with a purposive sampling approach with the help of a questionnaire as the main tool in collecting respondent data. The data analysis technique for this study uses instrument testing, classical assumptions, multiple linear regression, hypotheses and coefficients of determination. The results of the analysis obtained show that trust, innovation and quality of service have a positive and significant effect on customer loyalty at Osing Barbershop, Jember Regency. The results of the *f* test have a simultaneous effect and the results of the R^2 Determination Coefficient test with a contribution level of influence of 0.411 or 41%.*

Keywords: Trust, Innovation, Service Quality, Loyalty

