

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember. Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 75 responden dengan teknik *purposive sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa citra merek (0,350), kepercayaan pelanggan (0,270) dan kualitas pelayanan (0,340), semuanya berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji t diperoleh hasil citra merek (0,000), kepercayaan pelanggan (0,000) dan kualitas pelayanan (0,000), semuanya berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari uji F diperoleh hasil citra merek, kepercayaan pelanggan dan kualitas pelayanan, semuanya berpengaruh signifikan (0,000) secara simultan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: citra merek, kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan

ABSTRACT

This research is conducted to customer of Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember. The aim from this research is to know the effect from brand image, customer trust, and service quality toward the customer loyalty of Jaya Makmur Futsal Ambulu Jember. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 75 respondents with purposive sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that brand image (0,350), customer trust (0,270), and service quality (0,340) have the positive effect for the customer loyalty. From t test resulting brand image (0,000), customer trust (0,000), and service quality (0,000), that mean all of three variables have significance influential toward customer loyalty. From F test resulting brand image, customer trust, and service quality, that mean all of six variables have simultaneous significance influential (0,000) toward the customer loyalty.

Key words: *brand image, customer trust, service quality, and customer loyalty*