

ABSTRAK

Penelitian mengenai *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Trust* terhadap Loyalitas pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Service Quality*, *Perceived Value* dan *Trust* secara parsial terhadap Loyalitas Pelanggan pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 70 responden dengan menggunakan teknik sampling. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data, uji validitas, dan analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis disimpulkan bahwa *Service Quality*, *Perceived Value*, dan *Trust* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasi IX Jember.

Kata kunci : *Service Quality*, *Perceived Value*, *Trust*, Loyalitas Pelanggan.



ABSTRACT

Research on Service Quality, Perceived Value and Trust on Customer Loyalty at PT Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area IX Jember. The purpose of this research is to know Service Quality Perceived Value and Trust partially to Customer Loyalty at PT Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area IX Jember. The number of samples used in this research is 70 respondents by using sampling technique. Data collection methods used in this study using questionnaires. The analysis used was instrument test, validity test, and multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity test, normality test, heteroscedasticity test), and hypothesis test (t test, coefficient of determination). From the analysis result concluded that Service Quality, Perceived Value, and Trust partially have positive and significant influence to Customer Loyalty PT Kereta Api Indonesia (Persero) Operation Area IX Jember.

Keywords: Service Quality, Perceived Value, Trust, Customer Loyalty,

