

ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen di Perdana Rent Car, Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh harga, kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Perdana Rent Car. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis menunjukkan harga, kualitas layanan dan kepercayaan memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, sehingga secara parsial maupun simultan harga, kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Analisis regresi menunjukkan bahwa harga, kualitas layanan dan kepercayaan memiliki nilai koefisien positif, yang berarti seluruh variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa 90.5% loyalitas konsumen dipengaruhi oleh harga, kualitas layanan dan kepercayaan. Sedangkan sisanya 9.5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model, seperti gaya hidup, pendapatan dan lain-lain.

Kata kunci: harga, kualitas layanan dan kepercayaan dan loyalitas konsumen

ABSTRACT

Research about factors that influence customer loyalty at Perdana Rent Car. The purpose of this research is to analyze the influence of price, service quality and trust to the customer loyalty partial and simultaneous. This type of research is descriptive quantitative and research design is explanatory. The population in this study are Perdana Rent Car consumers. The samples used were 60 respondents, using the technique of non-probability sampling with purposive sampling approach. The analysis tool using multiple linear regression. Hipotesys test results showed significant value of price, service quality and trust is smaller than 0.05, so that partially have a significant influence to the customer loyalty. Regression analysis showed price, service quality and trust have a positive influence to the customer loyalty. Coefficient determination test shows that 90.5% of customer loyalty at Perdana Rent Car influenced by price, service quality and trust. While the remaining 9.5% is influenced by other variables outside the model or equation.

Key words: price, service quality, trust and customer loyalty