

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel *customer experience*, kualitas layanan, Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Salon Mini. Jenis penelitian ini kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan instrument berupa observasi dan kuesioner. Populasi penelitian ini seluruh pelanggan Salon Mini Glenmore, Banyuwangi yang pernah menggunakan jasa sebanyak tiga kali. Sampel yang digunakan sebanyak 85 responden dengan teknik *purposive sampling* yang pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu. Analisis pada penelitian ini menggunakan uji instrument data (uji validasi, uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji normalitas, uji heteroskeasitas) dan uji hipotesis (uji t, dan koefesien determinasi). Dari hasil analisis linier berganda menggunakan spss versi 2.2 diperoleh nilai koefisien variabel *customer experience*, kualitas layanan dan kepercayaan dengan arah positif. Hasil uji spss versi 2.2 yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *customer experience*, kualitas layanan dan kepercayaan secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: ***Customer Experience, Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan***

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of customer experience variables, service quality, trust on customer loyalty in the Mini Salon. This type of research is quantitative. In this study using the instrument in the form of observations and questionnaires. The population of this study are all customers of Mini Salone Glenmore, Banyuwangi who used the service three times. The sample used counted 85 respondents with purposive sampling technique which sampling based on certain criteria. The analysis of this research used the data instrument test (validation test, reliability test), multiple linear regression analysis, classical assumption test (multicollinearity test, normality test, heterosity test) and hypothesis test (t test, and coefficient of determination). From the results of multiple linear analysis using spss version 2.2 obtained value of variable coefficient of customer experience, service quality and trust with the direction positive. The result of test of spss version 2.2 obtained shows that customer experience, service quality and trust are positive and significant toward customer loyalty.*

**Keywords:** Customer Experience, Quality of Service, Trust, Customer Loyalty

