

ABSTRAK

Syifa: Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen di Rabbani Dipatiukur Bandung.

Persaingan dalam dunia bisnis pada era globalisasi seperti sekarang ini semakin ketat. Karena itu perusahaan harus memiliki daya saing yang kuat, perusahaan akan memiliki daya saing bila konsumen memperoleh kesan yang lebih baik terhadap produk dibandingkan produk pesaing. Guna membangun dan mengembangkan daya saing perusahaan, loyalitas konsumen terbangun ketika terdapat kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh signifikan antara kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen Rabbani. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu dengan subjek konsumen Rabbani Dipatiukur Bandung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode pengumpulan data terdiri dari wawancara dan dokumentasi. Teknik keabsahan data menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Pengujian statistik dengan analisis uji asumsi (normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (analisis regresi linier berganda, uji F, uji T dan uji koefisien determinasi).

Hasil penelitian uji hipotesis dengan menggunakan uji F diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis mayor yang menyatakan kepuasan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Rabbani Dipatiukur Bandung diterima. Kepuasan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. hal ini dapat dibuktikan dengan berdasarkan hasil hitung uji t parsial memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,106 > 1,98761$) atau nilai signifikansinya ($0,05 < 0,00$). Dan kepercayaan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. hal ini bisa dibuktikan dengan hasil uji t yang menghasilkan nilai t_{hitung} $3,974 > t_{tabel}$ $1,98761$ dengan nilai signifikansinya $< 0,05$ sebesar $0,000$.

Kata kunci: kepuasan, kepercayaan, loyalitas