

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gramedia Purwokerto Rita Supermall. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya pemahaman terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra merek, yang pada akhirnya berdampak pada loyalitas. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan asosiatif. Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner). Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 97 responden menggunakan teknik non-probability sampling. Variabel independen terdiri dari strategi Kepercayaan (X_1) kualitas pelayanan (X_2) dan Citra merek (X_3) sementara variabel dependen adalah Loyalitas Pelanggan (Y). Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji parsial (uji t), dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa ketiga variabel independen, yaitu kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi uji t masing-masing Nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, lebih kecil dari batas signifikansi 0,05, dengan nilai t hitung 7,602 yang lebih besar dari t tabel 1,985 pada jumlah responden 97. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi dari pelanggan terbukti mendorong peningkatan loyalitas mereka. Dengan kata lain, pelanggan yang percaya terhadap integritas, konsistensi, dan kejujuran Gramedia lebih cenderung bertahan dan melakukan pembelian ulang.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Gramedia Purwokerto Rita Supermall

SUMMARY

This research aims to analyze the effect of Trust, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty at Gramedia Purwokerto Rita Supermall. This research is motivated by the importance of understanding the factors that influence trust, service quality, and brand image, which ultimately impact loyalty. The research method used is quantitative with descriptive and associative approaches. The data collection technique utilized in this study is a survey (questionnaire). Data was obtained by distributing questionnaires to 97 respondents using a non-probability sampling technique. The independent variables consist of Trust (X_1), Service Quality (X_2), and Brand Image (X_3), while the dependent variable is Customer Loyalty (Y). The data analysis techniques included validity testing, reliability testing, normality, heteroscedasticity, multiple linear regression, the coefficient of determination, and partial testing (t-test), with the aid of SPSS software. The results of the analysis show that the three independent variables—trust, service quality, and brand image—have a significant effect on customer loyalty. This is proven by the respective significance values of the t-test. The significance value obtained is 0,000, which is smaller than the significance limit of 0,05, with a t-count value of 7,602 which is greater than the t-table value of 1,985 for a total of 97 respondents. This indicates that high customer trust is proven to encourage an increase in their loyalty. In other words, customers who trust Gramedia's integrity, consistency, and honesty are more likely to remain and make repeat purchases.

Keywords: Trust, Service Quality, and Brand Image on Customer Loyalty at Gramedia Purwokerto Rita Supermall