

ABSTRAK

Arif Alfianto NIM 1320310088, Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Yam Yam Resto Jepara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah (MBS) IAIN Kudus, 2020.

Tujuan dari penelitian ini adalah : 1) Untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Yam Yam Resto Jepara. 2) Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Yam Yam Resto Jepara. 3) Untuk menguji secara empiris pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan pada Yam Yam Resto Jepara

Jenis penelitian ini adalah *field research* atau penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yaitu pendekatan yang menekankan analisisnya pada data-data *numerical* (angka) yang diolah dengan metode statistik. Jumlah sampel penelitian adalah 67 responden. Pengumpulan data dilaksanakan melalui penyebaran angket, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif, analisis regresi berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil pengujian statistik pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,717 > 1,997$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H_1 diterima. Didukung dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,368 > 1,997$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H_2 diterima. Didukung dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,021 lebih kecil dari 0,05. Selanjutnya hasil pengujian statistik uji f diperoleh F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($16,778 > 3,14$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan, sehingga H_3 diterima. Didukung dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Pelanggan