ABSTRAKSI

Yunita Aliya W., 110710043. Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi,* Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya, 2012.
xiii + 91 halaman, 55 lampiran

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasaan pelanggan dan kepercayaan merek terhadap loyalitas pelanggan. Tipe penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan exploratif. Variabel independent dalam penelitian ini adalah loyalitas pelanggan dan variabel dependent dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penumpang travel Cipaganti cabang Surabaya dengan jumlah subyek penelitian sebanyak 49 orang. Alat pengumpulan data berupa kuesioner dengan menggunakan skala likert dari skala loyalitas pelanggan sebanyak 27 item, skala kepuasan pelanggan sebanyak 50 item dan skala kepercayaan merek sebanyak 31 item. Analisis data dilakukan dengan teknik statistik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program statistik SPSS 19,0 for windows.

Dari hasil analisis data penelitian, diperoleh taraf determinasi 0,627. Hal ini menunjukkan variabel kepuasan pelanggan dan kepercayaan merek memberikan sumbangan sebesar 62,7% dalam pembentukan loyalitas pelanggan. Sedangkan besar pengaruh variabel kepuasan pelanggan terhadap variabel loyalitas pelanggan mempunyai koefisien korelasi sebesar 0,636 dan variabel loyalitas pelanggan dengan kepercayaan merek mempunyai koefisien korelasi 0,685. Hal ini berarti variabel yang memberikan sumbangan terbesar dalam terbentuknya loyalitas pelanggan travel Cipaganti cabang Surabaya adalah kepercayaan merek. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis alternative dalam penelitian ini diterima.

Kata kunci: *Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Merek*

Daftar Pustaka, 48, 1991-2011

ABSTRACT

Yunita Aliya W., 110710043. Effect of Customer Satisfaction and Brand Trust for Customer Loyalty. Thesis, Faculty of Psychology, University of Airlangga, 2012.
xiii + 91 page, 55 attachments

This study aims to determine the effect of customer satisfaction and brand trust on customer loyalty. This is a quantitative research with explorative methods. Independent variable in this study is customer loyalty and dependent variables in this study are customer satisfaction and brand trust.

The population in this study are all passengers of Cipaganti travel in Surabaya and the sample are 49 people. Questionnaire was used as an instrument for this study. The first part of the questionaire consist of 27 items to measure customer loyalty, second part is measuring customer satisfaction with 50 items, and the third part with 31 items measuring brand trust. All the items were supported with 4 point of Likert scale. Multiple linear regression methods with the help of statistical program SPSS 19.0 for windows is used to analyze the data.

The result shows that both variables significantly contributed to explain customer loyalty. The dependent variables, customer satisfaction and brand trust are contribute about 62.7% to the formation of customer loyalty. The values of correlation coefficient were found as 0,636 and 0,685 for customer satisfaction and brand trust. This means that brand trust had the largest contribution in the formation of customer loyalty in Cipaganti travel in Surabaya.

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Brand Trust.*

Archieves, 48, 1991-2011