

ABSTRACT

The purpose of this research to find out whether there is an influence of satisfaction, trust and customer loyalty to the services Sakinah Supermarket Surabaya. The scope of this research is all visitors who have ever visited and purchased at Sakinah Supermarket Surabaya and they have been selected as samples by using accidental sampling. The numbers of samples are 100 respondents. The analysis technique has been done by using multiple linear analysis. The variables of satisfaction, trust and services have been used to the customer loyalty of Sakinah Supermarket Surabaya.

The result of the research shows that satisfaction, trust and service give influence to the customer loyalty of Sakinah Supermarket Surabaya. These conditions indicate that the models that are used in this research is feasible to be used to find out the customer loyalty on Sakinah Supermarket Surabaya. These results are supported by the acquisition of a correlation coefficient of 82% which shows the correlation among satisfaction, trust and service to customer loyalty is firm. The result of the test shows that satisfaction, trust and service each of them gives significant and positive influence to the customer loyalty on Sakinah Supermarket Surabaya.

When the level of satisfaction, trust and service quality which have been provided by Sakinah Supermarket Surabaya is getting high, it will increase the customer loyalty of Sakinah Supermarket Surabaya as well. The results of the partial determination coefficient (R^2) indicates that service has dominant influence to the customer loyalty at Sakinah Supermarket Surabaya.

It is suggested that the management of Sakinah Supermarket Surabaya should improve the services which have been provided and maintain the satisfaction and the trust. Because by increasing satisfaction, trust and service to the customer will provide customer loyalty on Sakinah Supermarket Surabaya. So it will give an impact to the profit or more benefit to the Sakinah Supermarket Surabaya.

Keyword: Satisfaction, trust, service and customer loyalty.

INTISARI

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh kepuasan, kepercayaan dan layanan terhadap loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah pengunjung yang melakukan kunjungan disertai pembelian pada Sakinah Supermarket Surabaya dengan teknik pengambilan sampel *sampling aksidental*. Adapun jumlah sampel dipergunakan sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda. Menggunakan variabel kepuasan, kepercayaan dan layanan terhadap loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya.

Hasil pengujian menunjukkan variabel kepuasan, kepercayaan dan layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. Kondisi ini menunjukkan model yang digunakan dalam penelitian ini layak digunakan untuk mengetahui loyalitas pelanggan di Sakinah Supermarket Surabaya. Hasil ini didukung dengan perolehan koefisien korelasi sebesar 82% menunjukkan hubungan erat antar variabel kepuasan, kepercayaan dan layanan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil pengujian juga menunjukkan variabel kepuasan, kepercayaan dan layanan masing-masing mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya.

Semakin tinggi tingkat kepuasan, kepercayaan serta kualitas layanan yang diberikan oleh Sakinah supermarket Surabaya akan semakin meningkatkan loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) menunjukkan bahwa layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap loyalitas pelanggan di Sakinah Supermarket Surabaya.

Saran yang diajukan adalah hendaknya manajemen Sakinah Supermarket Surabaya lebih meningkatkan layanan yang diberikan dan mempertahankan kepuasan dan kepercayaan. Karena dengan meningkatkan kepuasan, kepercayaan dan layanan kepada pelanggan secara sendiri akan memberikan loyalitas pelanggan Sakinah Supermarket Surabaya. Sehingga hal ini akan berdampak pada profit atau keuntungan lebih bagi Sakinah Supermarket Surabaya.

Kata Kunci : Kepuasan, Kepercayaan, Layanan, Loyalitas Pelanggan