

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini dilakukan pada PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya.

Populasi dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *non probability sampling* pada konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya pada bulan Januari 2017. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 145 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden yaitu konsumen PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya tentang kepercayaan dan komitmen loyalitas konsumen. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel kepercayaan dan komitmen mampu menjelaskan variabel loyalitas konsumen sebesar 54,3% dan sisanya sebesar 45,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Kata kunci : Kepercayaan Konsumen, Komitmen Konsumen, dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This research is aimed to analyze the influence of trust and commitment to customer loyalty. This research was conducted at PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya.

The population in this research has been obtained by using non-probability sampling method on the customer of PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) in January 2017. Based on the predetermined criteria then 145 respondents have been selected as samples. The data collection has been done by providing list of questions to the respondents which are the customers of PT Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Surabaya about trust and commitment to the customer loyalty. The analysis method has been carried out by using multiple linear regression analysis instrument SPSS (Statistical Product and Service Solutions).

The result of the research shows that trust and commitment give positive and significant influence to the customer loyalty. Trust and commitment can explain the customer loyalty as many as 54,3% and the rest is 45,7% which is explained by other variables which are not included in this research.

Keyword: Consumer Confidence, Consumer Commitment, and Consumer Loyalty.

