

ABSTRAK

Arif Khabiburrohmah, Pengaruh *Trust*, *Service Quality* dan *Price* terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Kopdar Kudus di Kota Kudus).

Gap yang melatarbelakangi penelitian ini adalah *trust* (kepercayaan) masih bisa dibilang belum maksimal bagi para pelanggan yang menggunakan jasa. *Service quality* (kualitas pelayanan) yang berbeda-beda dari setiap kurir yang melayani jasa, serta *price* (harga) yang diberikan oleh Kopdar Kudus. Oleh sebab itu, memunculkan rumusan masalah apakah terdapat pengaruh antara *Trust*, *Service Quality* dan *Price* Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopdar Kudus, baik secara parsial maupun simultan di perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian berupa penelitian lapangan (field research). Teknik sampel yang digunakan adalah metode *nonprobability sampling*, karena populasinya berjumlah tak terhingga. Untuk analisis data menggunakan aplikasi SPSS dengan uji regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Dari hasil pengujian, untuk semua variabel yang ada berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan karena nilai t hitung $> t$ table dan $sig < 0,05$. Untuk uji f didapatkan nilai F hitung $> F$ tabel dan nilai $sig < 0,05$, artinya variabel *trust*, *service quality* dan *price* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil analisis data di atas diketahui bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,524 atau 52,4% yang berarti variabel Loyalitas Pelanggan bisa dijelaskan dari variabel independen (*Trust*, *Service Quality* dan *Price*). Sedangkan sisanya sebesar 47,6% ($100\% - 52,4\% = 47,6\%$) dapat dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Trust*, *service quality*, *price* dan loyalitas pelanggan.