

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di UD. Rajawali Transportasi. Penelitian ini menggunakan sampel 40 responden pada PT. UNIMOS Gresik. Hal tersebut dengan pertimbangan bahwa UD. Rajawali Transportasi mempunyai standard layanan dan kepercayaan yang sama, sehingga semua pelanggan mendapatkan pelayanan dan kepercayaan yang sama. Hasil analisis yang dilakukan peneliti menggunakan uji-t memperoleh nilai signifikansi kualitas layanan ( $X_1$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $4,888 > \text{nilai } t \text{ table } 2,021$ . Nilai signifikansi kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t-hitung sebesar  $4,828 > \text{nilai } t \text{ table } 2,021$ . Artinya secara parsial variabel kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian hasil uji-F memperoleh nilai signifikansi kualitas layanan ( $X_1$ ) dan kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap loyalitas pelanggan ( $Y$ ) sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan F-hitung sebesar  $16,748 > \text{nilai } F \text{ table } 3,23$ . Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan secara simultan di UD. Rajawali Transportasi.

Kata kunci: kualitas layanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan.

## ABSTRACT

*This study aims to determine service quality and trust have a simultaneous effect on customer loyalty at UD. Rajawali Transportation. This study used a sample of 40 respondents at PT. UNIMOS Gresik. This is with the consideration that UD. Rajawali Transportasi has the same service and trust standards, so that all customers get the same service and trust. The results of the analysis conducted by researchers using the t-test obtained a significance value of service quality (X1) on customer loyalty (Y) of  $0.000 < 0.05$  and the t-count value of  $4.888 > t$  table value of 2.021. The significance value of trust (X2) on the purchase decision (Y) is  $0.000 < 0.05$  and the t-count value is  $4.828 > t$ -table value is 2.021. This means that partially the variables of service quality and trust have a positive effect on customer loyalty. Then the results of the F-test obtained the significance value of service quality (X1) and trust (X2) on customer loyalty (Y) of  $0.000 < 0.05$ , and the F-count of  $16.748 > F$  table value of 3.23. Shows that there is an influence between service quality and trust on customer loyalty simultaneously at UD. Rajawali Transportation.*

*Keywords: service quality, trust, and customer loyalty.*