INTISARI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan konsumen dan citra perusahaan dengan Loyalitas konsumen pada konsumen PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel di kota Batam. Penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu kepercayaan konsumen dan citra perusahaan, satu variabel terikat yaitu loyalitas konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa skala kepercayaan konsumen, skala citra perusahaan dan skala loyalitas konsumen yang disusun oleh peneliti sendiri. Teknik penelitian menggunakan teknik Acceidantal sampling yang bersifat non probability. Subjek penelitian berjumlah 72 orang konsumen PT. Arunee inti Selaras Tour and Travel di kota Batam yang pernah menggunakan jasa PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel lebih dari dua kali. Teknis analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier ganda. Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier ganda memperlihatkan nilai koefisien korelasi sebesar F hitung > F tabel (46,372 > 3,11), maka Ho ditolak, artinya ada pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan konsumen dan Citra perusahaan secara bersama-sama terhadap Loyalitas konsumen di PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel. Hal ini berarti terdapat hubungan antara kepercayaan konsumen dan citra perusahaan dengan loyalitas konsumen pada konsumen di PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel di kota Batam.

Kata kunci: Loyalitas konsumen, Kepercayaan konsumen, Citra perusahaan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRACK

The purpose of this study is to determine the relationship between consumer confidence and corporate image with consumer loyalty to consumers PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel in Batam city. This study has two independent variables, namely consumer confidence and corporate image, one dependent variable is consumer loyalty. This study is a quantitative correlational research using data collection techniques in the form of consumer confidence scale, corporate image scale and consumer loyalty scale compiled by the researchers themselves. This research tehnique using tehnique of Acceidental sampling which is non probability. Research subjects amounted to 72 consumers of PT. Arunee core Selaras Tour and Travel in the city of Batam who never use the services of PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel more than twice. Technical analysis of data used is multiple linear regression analysis. Based on the calculation of double linear regression analysis shows the value of correlation coefficient of F arithmetic> F table (46.372> 3.11), then Ho rejected, meaning there is a significant influence between consumer confidence and corporate image together towards consumer loyalty in PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel. This means there is a relationship between consumer confidence and corporate image with consumer loyalty to consumers in PT. Arunee Inti Selaras Tour and Travel in Batam city.

Keywords: Consumer loyalty, Consumer confidence, Corporate image

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id