

## **ABSTRACT**

*Car rent is a company that is moving on service field. Service performance, consumer trust and consumer satisfaction are principal element which is must enhancement to obtain consumer loyalty until the company can maintain their life.*

*The objective from this research that is examine carefully influence according to and not according to service performance, consumer trust and consumer loyalty who using milenium car rent. Data interpretation using Non Probability sampling method with 100 respondent in surveys who is consumer Milenium car rent in Tenggara city. Analysis using doubled regression tool.*

*Output from instrument testing indicate that is all couesioner data was 100% valid and 100% reliable with the result that data reasonable using on the research. Based on analysis data, indicate that direct influence proved influential in a together. Mean while non direct influence proved with positive. It means that was research models can be accepted.*

*Key words : Service performance, Consumer trust, Consumer satisfaction and consumer loyalty*

## ABSTRAK

Rental mobil adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis jasa. hidupnya Kinerja layanan, kepercayaan konsumen, dan kepuasan konsumen merupakan faktor utama yang harus ditingkatkan demi memperoleh loyalitas konsumen sehingga perusahaan tersebut dapat mempertahankan kelangsungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah meneliti pengaruh secara langsung dan tidak langsung kinerja layanan, kepercayaan konsumen, dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen yang menggunakan jasa rental mobil milenium. Dimana pengambilan data dengan menggunakan metode *Non Probability sampling* dengan jumlah responden 100 orang yang merupakan konsumen Rental Mobil Milenium di Kota Tenggara. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil dari pengujian instrumen menunjukkan bahwa semua data kuesioner 100% valid dan 100% reliabel sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pengaruh langsung terbukti berpengaruh secara bersama-sama, sementara pengaruh tidak langsung terbukti berpengaruh secara positif. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini dapat diterima.

Kata kunci : Kinerja layanan, Kepercayaan konsumen, Kepuasan konsumen, Loyalitas konsumen.