

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KUALITAS LAYANAN, DAN NILAI YANG
DIRASAKAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH
KEPUASAN PELANGGAN**

(Pelanggan Provider Tri di Daerah Istimewa Yogyakarta)

FAYA AUGUSTIAN ARIESTYARINI

NIM. 141180020

Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta
(email: fayaugustian@gmail.com)

Abstract: *This study aims to determine the direct or indirect effect of Trust, Service Quality, and Perceived Value on Customer Loyalty Mediated by Customer Satisfaction Provider Tri. The object of this research is 100 customers of Provider Tri in the Special Region of Yogyakarta. Sampling used a non-probability technique with purposive sampling. The data analysis method in this study uses Path Analysis with the SPSS 25 Program. The research results show that: (1) Trust has a direct positive and significant effect on Customer Satisfaction of Provider Tri, (2) Service Quality has a direct positive and significant effect on Customer Satisfaction of Provider Tri, (3) Perceived Value has a direct positive and significant effect on Customer Satisfaction of Provider Tri, (4) Trust has a direct positive and significant effect on Customer Loyalty of Provider Tri, (5) Customer Satisfaction has a direct positive and significant effect on Customer Loyalty Provider Tri, (6) Trust has a positive and significant effect on Customer Loyalty of Provider Tri through Customer Satisfaction, (7) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Loyalty of Provider Tri through Customer Satisfaction, (8) Perceived Value has a positive and significant effect on Customer Loyalty of Provider Tri through Customer Satisfaction.*

Keywords: *customer loyalty, customer satisfaction, trust, service quality, perceived value*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung dari Kepercayaan, Kualitas Layanan, dan Nilai yang Dirasakan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Provider Tri. Objek penelitian ini merupakan 100 orang pelanggan Provider Tri di Daerah Istimewa Yogyakarta. Pengambilan sampel menggunakan Teknik *non probability* dengan jenis sampling *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Path Analysis* dengan program SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kepercayaan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Tri, (2) Kualitas Layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Tri, (3) Nilai yang Dirasakan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Provider Tri, (4) Kepercayaan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Tri, (5) Kepuasan Pelanggan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Tri, (6) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Tri melalui Kepuasan Pelanggan, (7) Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Tri melalui Kepuasan Pelanggan, (8) Nilai yang Dirasakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Provider Tri melalui Kepuasan Pelanggan.

Kata kunci: loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, kualitas layanan, nilai yang dirasakan