

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN, DAN CITRA
MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN**

**(Survei pada Pelanggan Jasa Pengiriman AnterAja di Daerah Istimewa
Yogyakarta)**

DWIYANTI

141190005

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

dwiwii74@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan. Penelitian ini merupakan penelitian survei, menggunakan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi serta sampel pada penelitian ini sebanyak 120 responden pelanggan Jasa Pengiriman AnterAja di Daerah Istimewa Yogyakarta, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Kriteria responden dalam penelitian ini merupakan pelanggan yang telah menggunakan jasa pengiriman AnterAja minimal 2 kali, memperhatikan kualitas layanan AnterAja, mempertimbangkan trust dan citra merek AnterAja sebelum memutuskan untuk menjadi pelanggan setia layanan jasa AnterAja. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Service quality, trust, dan citra merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 2) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, 4) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Citra Merek, Loyalitas Pelanggan

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY, TRUST, AND BRAND
IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY**
**(Survey of AnterAja Delivery Service Customers in the Special Region of
Yogyakarta)**

DWIYANTI

141190005

Management Study Program

Faculty of Economics and Business UPN “Veteran” Yogyakarta

dwiwii74@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of Service Quality, Trust, and Brand Image on Customer Loyalty. The study was conducted through a survey using a questionnaire as a data collection tool. The population and sample in this study are 120 respondents who were customers of AnterAja Delivery Services in Special Region of Yogyakarta, using primary data with the purposive sampling method. The criteria for respondents in this study are customers AnterAja who had used AnterAja delivery services at least twice, paid attention to AnterAja's service quality, and considered AnterAja's trust and brand image before deciding to become loyal customers. The data analysis technique used is the multiple linear regression techniques. The results show that: 1) the Service Quality, Trust, and Brand Image together have a significant influence on customer loyalty, 2) the Service Quality has a positive and significant influence on customer loyalty, 3) Trust has a positive and significant influence on customer loyalty, 4) Brand Image has a positive and significant influence on customer loyalty.

Keywords: *Service Quality, Trust, Brand Image, Customer Loyalty*