

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh komitmen terhadap loyalitas konsumen, (4) pengaruh komunikasi terhadap loyalitas konsumen, dan (5) pengaruh penanganan konflik terhadap loyalitas konsumen. Desain penelitian ini merupakan penelitian survei. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero) di Stasiun Tugu Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 130. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Pengujian statistik dalam penelitian ini menggunakan uji *R square*, uji-F, dan uji-t. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan nilai *R square* adalah sebesar 51,7%, sedangkan sisanya adalah 48,3% dipengaruhi variabel lain. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan secara parsial kepercayaan, komitmen, komunikasi, dan penanganan konflik berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci: Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Konflik dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the influence of trust, commitment, communication, and handling conflict on consumer loyalty, (2) the influence of trust in consumer loyalty, (3) the influence of commitment to consumer loyalty, (4) the influence of communication on consumer loyalty, and (5) the influence of conflict handling on consumer loyalty. The design of this study is survey research. The population in this study were consumers of PT Kereta Api Indonesia (Persero) Big Station in Yogyakarta. The sampling technique in this study used purposive sampling with a total sample of 130. Data collection techniques used a questionnaire that had been tested for validity and reliability. The statistical test in this study used the R square test, F-test, and t-test. From the results of the study, it is known that the variables of trust, commitment, communication, and handling conflict affect consumer loyalty. Based on the research that has been done, the R square value is 51.7%, while the rest is 48.3% influenced by other variables. This study shows that the variables of trust, commitment, communication, and handling conflict have a simultaneous effect on consumer loyalty. While partially trust, commitment, communication, and conflict handling significantly influence consumer loyalty.

Keywords: Trust, Commitment, Communication, Conflict Management and Consumer Loyalty.