

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen pada pelanggan Mixue Ice Cream and Tea di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan positif antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen pada pelanggan Mixue Ice Cream and Tea di Yogyakarta. Subjek penelitian ini berjumlah 80 pelanggan Mixue Ice cream and Tea di Yogyakarta. Metode pengumpulan data menggunakan Skala Loyalitas Konsumen dan Skala Kepercayaan Konsumen. Teknik analisis yang digunakan untuk uji hipotesis adalah korelasi *product momen* (*pearson correlation*). Berdasarkan hasil analisis diperoleh koefisien (r_{xy}) = 0,401 dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,050$). Hasil uji hipotesis tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara kepercayaan konsumen dengan loyalitas konsumen pada pelanggan Mixue Ice Cream and Tea di Yogyakarta. Diterimanya hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,161, artinya variabel kepercayaan konsumen memberikan sumbangan efektif sebesar 16,1% terhadap variabel loyalitas konsumen, 83,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Loyalitas Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Mixue.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between consumer trust and consumer loyalty in customers Mixue Ice Cream and Tea at Yogyakarta. The hypothesis proposed is that there is a positive relationship between consumer trust and consumer loyalty in customer Mixue Ice Cream and Tea at Yogyakarta. The subjects of this study amounted to 80 customers Mixue Ice Cream and Tea at Yogyakarta. Data collection methods use the Consumer Loyalty Scale and the Consumer Trust Scale. The analytical technique used to test the hypothesis is Product Moment correlation (pearson correlation). Based on the results of the analysis obtained coefficient (r_{xy}) = 0.401 with a significance level of 0.000 ($p < 0.050$). The results of the hypothesis test indicate that there is a positive relationship between consumer trust and consumer loyalty in customers Mixue Ice Cream and Tea at Yogyakarta. The acceptance of the hypothesis in this study shows the coefficient of determination (R^2) is 0.161, meaning that the consumer trust variable provides an effective contribution of 16,1% to the consumer loyalty, 83.9% is influenced by other factors not examined in this study.

Keyword: *Consumer Loyalty, Consumer Trust, Mixue.*