

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA EUDERMA KLINIK SINGARAJA

Oleh

Faustina Agung Adrea Nathania Christie, NIM 2217041204

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Eksplorasi empiris dalam penelitian ini diarahkan untuk menginvestigasi serta mengkaji dampak kualitas layanan beserta kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Euderma Klinik Singaraja. Urgensi kajian ini dipicu oleh ketatnya persaingan pada industri estetika di Singaraja, yang memosisikan retensi pelanggan sebagai tantangan krusial yang memerlukan perpaduan antara mutu operasional dan ikatan psikologis. Dalam konteks jasa kesehatan kulit ini, loyalitas konsumen dipetakan melalui dua prediktor utama, yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan. Pendekatan kuantitatif kausal diterapkan sebagai metodologi riset dengan menghimpun data dari 350 responden lewat teknik *simple random sampling* yang berbasis *probability sampling*. Seluruh data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang valid serta reliabel, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda via program SPSS untuk menguji asumsi klasik, uji F, uji t, serta koefisien determinasi (R^2). Melalui analisis tersebut, diperoleh sejumlah temuan esensial: (1) Secara simultan, kualitas layanan bersama kepercayaan terbukti memiliki kontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ditunjukkan oleh nilai F_{hitung} sebesar 153,621 (Sig. 0,000). (2) Secara parsial, kualitas layanan memberikan dampak positif dan signifikan pada loyalitas konsumen (t_{hitung} 7,180 > t_{tabel} 1,966), yang mengindikasikan bahwa optimalisasi aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, beserta empati mampu memperkuat retensi pelanggan. (3) Kepercayaan juga ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas (t_{hitung} 6,427 > t_{tabel} 1,966), menegaskan bahwa kredibilitas medis, kejujuran penyampaian informasi, dan kepedulian dari staf merupakan pilar komitmen pelanggan. Berdasarkan nilai R Square sebesar 0,470, kedua variabel independen ini menyumbang 47,0% terhadap variasi loyalitas pelanggan, sedangkan 53,0% sisanya ditentukan oleh faktor lain di luar model pengujian. Secara keseluruhan, studi ini menegaskan bahwa keberhasilan strategi retensi di Euderma Klinik Singaraja bertumpu pada integrasi antara keunggulan mutu pelayanan dan penguatan aspek integritas guna menciptakan loyalitas yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUST ON CUSTOMER
LOYALTY AT EUDERMA CLINIC SINGARAJA**

By

Faustina Agung Adrea Nathania Christie, NIM 2217041204

Management Department

ABSTRACT

The empirical exploration in this study is directed toward investigating and assessing the impact of service quality and trust on customer loyalty at Euderma Klinik Singaraja. The urgency of this research is driven by intense competition within the aesthetic industry in Singaraja, which positions customer retention as a critical challenge requiring a blend of operational excellence and psychological bonds. Within the context of these skincare services, consumer loyalty is mapped through two primary predictors: service quality and trust. A causal quantitative approach was adopted as the research methodology, gathering data from 350 respondents selected via simple random sampling under a probability sampling framework. All data were collected utilizing valid and reliable structured questionnaires, and subsequently analyzed through multiple linear regression using SPSS software to test classical assumptions, the F-test, the t-test, and the coefficient of determination (R^2). Through this analysis, several essential findings were obtained: (1) Simultaneously, service quality and trust demonstrate a significant contribution to customer loyalty, as evidenced by an $F_{\text{calculated}}$ value of 153.621 (Sig. 0.000). (2) Partially, service quality exerts a positive and significant impact on consumer loyalty ($t_{\text{calculated}} 7.180 > t_{\text{table}} 1.966$), indicating that optimizing the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy effectively enhances customer retention. (3) Trust is also found to have a positive and significant influence on loyalty ($t_{\text{calculated}} 6.427 > t_{\text{table}} 1.966$), confirming that medical credibility, honesty in information delivery, and staff care constitute the pillars of customer commitment. Based on the R Square value of 0.470, these two independent variables account for 47.0% of the variance in customer loyalty, while the remaining 53.0% is determined by other factors outside the tested model. Overall, this study underscores that a successful retention strategy at Euderma Klinik Singaraja hinges on integrating superior service quality with the reinforcement of integrity to foster long-term loyalty.

Keywords: Service Quality, Trust, Customer Loyalty.