

ABSTRAK

Nama : Wirdatul Ahya

Program Studi : Manajemen

Judul : pengaruh kepercayaan, komitmen dan komunikasi terhadap retensi pelanggan pada produk supermie di kota lhokseumawe

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kepercayaan, komitmen dan komunikasi terhadap retensi pelanggan pada produk Supermie di Kota Lhokseumawe. Populasi dalam Penelitian ini dilakukan pada para pelanggan yang membeli produk Supermie baik online maupun offline di Kota Lhokseumawe. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner langsung dan melalui *google form* kepada 120 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan dan komitmen berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pada produk Supermie di Kota Lhokseumawe. Sedangkan komunikasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan pada produk Supermie di kota lhokseumawe. Berdasarkan analisis koefisien determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,890 yang menunjukkan bahwa hubungan antara seluruh variabel kepercayaan, komitmen, komunikasi dan retensi pelanggan cukup kuat. Nilai R Square sebesar 0,792 yang menunjukkan bahwa 79% variabel retensi pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kepercayaan dan komitmen. sedangkan 21% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci: kepercayaan, komitmen, komunikasi dan retensi pelanggan

ABSTRACT

Name : Wirdatul Ahya

Study Program : Management

Title : The influence of trust, commitment and communication on customer retention for Supermie products in the city of Lhokseumawe

This research aims to find out the influence of trust, commitment and communication on customer retention for Supermie products in Lhokseumawe City. The population in this research was conducted on customers who purchased Supermie products both online and offline in Lhokseumawe City. The data collection used in this research was primary data obtained by distributing questionnaires directly and via Google Form to 120 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis using SPSS version 26 software. The research results show that trust and commitment have a positive and significant effect on customer retention for Supermie products in Lhokseumawe City. Meanwhile, communication does not have a positive and significant effect on customer retention for Supermie products in the city of Lhokseumawe. Based on analysis of the coefficient of determination, an R value of 0.890 is obtained, which shows that the relationship between all the variables of trust, commitment, communication and customer retention is quite strong. The R Square value is 0.792 which shows that 79% of the customer retention variable can be explained by the trust and commitment variables. while 21% was influenced by other variables not included in this study.

Keywords: trust, commitment, communication and customer retention