

RIANDEDED NAFTALI ULE. NPM : 191711404122136. **Pengaruh *Bonding, empathy, trust* terhadap loyalitas pelanggan pada CV Sintuwu Bangunan.** Dibimbing oleh Bapak Lefrand Mango Pembimbing I dan Ilyas Martunus Pembimbing II

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Bonding, Empathy, Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Sintuwu Bangunan. Adapun populasi yang digunakan adalah konsumen CV Sintuwu Bangunan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* dengan sampel sebanyak 44 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Data diolah dengan analisis regresi berganda menggunakan alat *computer statistical program for social science* (SPSS).

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut $Y = -0,199 - 3,869 X_1 + 3,610 X_2 + 0,520 X_3 + e$ Berdasarkan analisis data statistik. Indikator penelitian bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas dan berdistribusi normal, hasil pengujian hipotesis yaitu koefisien determinasi R^2 diperoleh sebesar 0,785. Berarti 78.5% Loyalitas Pelanggan ditentukan oleh variabel *Bonding, Empathy, Trust*, sisanya 21.5% ditentukan oleh variabel lain. Nilai t variabel *Bonding* 3,869 signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ Nilai t hitung variabel *Empathy* 3.610 signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan Nilai t hitung variabel *Trust* 0,520 signifikan sebesar $0.606 < 0,05$. Hasil uji F secara *Bonding, Empathy, Trust*, simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, nilai F hitung 48.551 signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji T membuktikan variabel independen *Bonding, Empathy, Trust* berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV Sintuwu Bangunan.

Kata Kunci : *Bonding, Empthy, Trust, Loyalitas Pelanggan*