

ABSTRAK

Penelitian empiris ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *perceived relationship orientation* terhadap kepercayaan, untuk mengetahui pengaruh antara *perceived relationship orientation* serta kepercayaan terhadap komitmen afektif serta untuk mengetahui pengaruh antara kepercayaan serta komitmen afektif terhadap *attitudinal loyalty*. Penelitian ini menggunakan empat variabel yaitu *perceived relationship orientation*, kepercayaan, komitmen afektif dan *attitudinal loyalty* dengan sampel penelitian yaitu Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Analisis data menggunakan Regresi Sederhana dan Regresi Berganda dengan menggunakan bantuan *software* SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui sebagian besar responden rata-rata menilai Perceived Relationship Orientation, Kepercayaan, Komitmen Afektif serta Attitudinal Loyalty akan Kalimilk Susu Yogyakarta dengan penilaian setuju. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *perceived relationship orientation* terhadap kepercayaan Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *perceived relationship orientation* terhadap komitmen afektif Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap komitmen afektif Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kepercayaan terhadap *attitudinal loyalty* Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh komitmen afektif terhadap *attitudinal loyalty* Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta. Berdasarkan analisis korelasi parsial, digunakan untuk mengetahui pengaruh dominan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hal tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh dominan terhadap *Attitudinal Loyalty*. Dengan demikian kepercayaan merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi *Attitudinal Loyalty* Konsumen Kalimilk Susu Yogyakarta.

Kata kunci : *Perceived relationship orientation*, kepercayaan, komitmen afektif dan *attitudinal loyalty*