

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PELAYANAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI TB MUJUR KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

ANDI HERMAWAN

NPM: 2012010272

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
TAHUN 2024**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh:

ANDI HERMAWAN

NPM: 2012010272

Judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PELAYANAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI TB MUJUR KEDIRI**

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada Panitia Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 05 Juli 2024

Dosen Pembimbing I



Dr. Ema Nurzainul Hakimah , M.M
NIDN. 0727127801

Dosen Pembimbing II



Sigit Ratnanto, M.M.
NIDN. 0706067004

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh:

ANDI HERMAWAN

NPM: 2012010272

Judul:

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN PELAYANAN, DAN
KEPUASAN PELANGGAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN
LOYALITAS PELANGGAN DI TB MUJUR KEDIRI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal: 09 Juli 2024

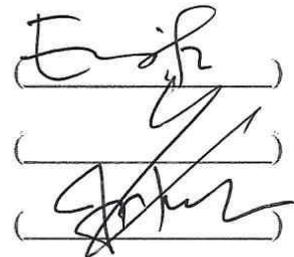
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M.

2. Penguji I : Zulistiani, S.Pd., M.M

3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M




Mengetahui, Dekan FEB

Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Andi Hermawan
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 01 November 2001
NPM : 2012010272
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 05 Juli 2024

Yang Menyatakan



Andi Hermawan
NPM: 2012010272

Motto :

“ Jangan jadi MISKIN, Karena MISKIN tidak enak ”

Mujur family

Persembahan Karya:

Saya persembahkan karya ini untuk orang tua saya, yang selalu mendoakan serta memberikan semangat dan juga support disetiap perjalanan

ABSTRAK

Dalam era bisnis yang semakin kompetitif, menjaga loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan. Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan telah menjadi fokus utama bagi banyak organisasi dalam upaya mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka. Salah satu elemen kunci dalam mencapai loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan, dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasi. Metode pengambilan sampelnya adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data yang digunakan pembagian angket kuesioner dan dokumentasi. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif data, asumsi klasik, regresi linier berganda, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1) kepercayaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan TB Mujur. 2) Kemudahan pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan TB Mujur. 3) Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan TB Mujur. 4) Secara bersama-sama variabel kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di TB Mujur dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,001. Dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan, kemudahan, kepuasan pelanggan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan TB Mujur.

Kata Kunci: *Kepercayaan, Kemudahan Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan*

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur ke Hadirat Allah SWT atas rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir/skripsi dengan judul *Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Pelayanan, Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Di TB Mujur Kediri*, yang disusun guna sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada semua pihak yang telah membantu proses penyusunan tugas akhir/skripsi ini, yakni sebagai berikut:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan dan memotivasi kepada seluruh mahasiswa.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, S.E. M.M, selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ibu Dr Ema Nurzainul Hakimah, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang selalu berkenan memberikan waktunya dan dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.

5. Bapak Sigit Ratnanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang selalu berkenan memberikan waktunya dan dengan sabar membimbing hingga terselesainya skripsi ini.
6. Bapak H. Inda Winono selaku pemilik TB Mujur Kediri yang telah membantu memberikan data-data untuk penyelesaian skripsi ini.
7. Orang tua yang selalu memberikan dukungan moral maupun material serta do'a yang selalu mengiringi keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Serta teman-temanku Jurusan Manajemen khususnya kelas 4G dan semua pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu demi terselesainya penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samodra luas.

Kediri, 05 Juli 2024

Andi Hermawan
NPM : 2012010272

DAFTAR ISI

| | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| HALAMAN PERSETUJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| PERNYATAAN..... | Error! Bookmark not defined. |
| Motto | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar belakang..... | 1 |
| B. Identifikasi masalah | 8 |
| C. Batasan masalah..... | 9 |
| D. Rumusan masalah..... | 9 |
| E. Tujuan penelitian..... | 9 |
| F. Manfaat penelitian..... | 10 |
| 1. Secara teori..... | 10 |

| | |
|--|-----------|
| 2. Secara praktis | 11 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 14 |
| A. Kajian Teori..... | 14 |
| 1. Kepercayaan | 14 |
| 2. Kemudahan pelayanan | 19 |
| 3. Kepuasan pelanggan..... | 23 |
| 4. Loyalitas Pelanggan | 14 |
| B. Penelitian Terdahulu..... | 28 |
| C. Kerangka Berfikir..... | 31 |
| 1. Hubungan Kepercayaan dengan Loyalitas Pelanggan. | 31 |
| 2. Hubungan Kemudahan Pelayanan dengan Loyalitas pelanggan..... | 32 |
| 3. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas pelanggan..... | 33 |
| 4. Hubungan Kepercayaan, Kemudahan Pelayanan, Kepuasan dengan Loyalitas pelanggan. | 34 |
| D. Kerangka Konseptual..... | 36 |
| E. Hipotesis..... | 37 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 39 |
| a. Variabel Penelitian | 39 |
| 1. Identifikasi Variabel Penelitian..... | 39 |
| 2. Definisi Operasional Variable..... | 40 |

| | |
|--|----|
| B. Pendekatan dan Teknik Penelitian..... | 45 |
| 1. Pendekatan Penelitian..... | 45 |
| 2. Teknik Penelitian | 45 |
| C. Tempat dan Waktu Penelitian..... | 46 |
| 1. Tempat Penelitian | 46 |
| 2. Waktu Penelitian..... | 46 |
| D. Populasi dan Sampel | 46 |
| 1. Populasi | 46 |
| 2. Sampel..... | 47 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 48 |
| 1. Pengembangan Instrumen | 48 |
| 2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen..... | 52 |
| F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data | 56 |
| 1. Sumber Data | 56 |
| 2. Teknik Pengumpulan Data | 56 |
| G. Teknik Analisis Data | 56 |
| 1. Analisis Deskriptif Data | 57 |
| 2. Analisis Asumsi Klasik | 58 |
| 3. Analisis Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| 4. Uji Hipotesis..... | 59 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 62 |
| A. Gambaran Umum Subjek Penelitian..... | 62 |
| 1. Sejarah Perusahaan..... | 62 |
| 2. Visi Misi Perusahaan | 62 |
| 3. Struktur Organisasi..... | 63 |
| B. Analisis Deskriptif | 64 |
| 1. Data responden pelanggan di TB Mujur | 64 |
| 2. Deskriptif Data Penelitian | 64 |
| C. Analisis Data | 71 |
| 1. Uji Asumsi Klasik | 71 |
| 2. Pengujian Hipotesis..... | 74 |
| B. Pembahasan..... | 80 |
| 1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada TB Mujur . | 80 |
| 2. Pengaruh Kemudahan Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada TB Mujur | 82 |
| 3. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada TB Mujur | 83 |
| 4. Besar pengaruh kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan TB Mujur | 84 |
| BAB V PENUTUP | 85 |

| | |
|---------------------------|-----------|
| A. Kesimpulan | 85 |
| B. Saran..... | 86 |
| DAFTAR PUSAKA..... | 87 |
| LAMPIRAN..... | 91 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1. 1 Daftar Toko Bangunan di Desa Ngablak..... | 7 |
| Tabel 1. 2 Data jumlah pembeli yang membeli lebih dari 3 kali | 8 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 29 |
| Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian..... | 49 |
| Tabel 3. 2 Uji Validitas Pilot Test..... | 53 |
| Tabel 3. 3 Uji Realiabilitas Pilot Test..... | 55 |
| Tabel 4. 1 Keterangan Struktur Organisasi | 63 |
| Tabel 4. 2 Karakteritik Responden..... | 64 |
| Tabel 4. 3 Jawaban responden Variabel Kepercayaan..... | 65 |
| Tabel 4. 4 Jawaban responden Variabel Kepuasan..... | 66 |
| Tabel 4. 5 Jawaban responden Variabel Kemudahan | 68 |
| Tabel 4. 6 Jawaban responden Variabel Loyalitas..... | 69 |
| Tabel 4. 7 Hasil SPSS Uji Normalitas..... | 72 |
| Tabel 4. 8 Hasil SPSS Uji Regresi Linier Berganda | 74 |
| Tabel 4. 9 Hasil SPSS Uji Determinasi..... | 77 |
| Tabel 4. 10 Hasil SPSS Uji t (Parsial)..... | 78 |
| Tabel 4. 11 Hasil SPSS Uji F | 80 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 2 1 Kerangka Konseptual | 36 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi TB Mujur..... | 63 |
| Gambar 4. 2 Hasil SPSS Histogram Uji Normalitas..... | 71 |
| Gambar 4. 3 Hasil SPSS P-Plot Uji Normalitas..... | 72 |
| Gambar 4. 4 Scatterplot..... | 74 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Informed Consent | 91 |
| Lampiran 2 Kuesioner Penelitian..... | 92 |
| Lampiran 3 Rekapitulasi Variabel Kepercayaan (X1) | 97 |
| Lampiran 4 Rekapitulasi Variabel Kemudahan Pelayanan (X2)..... | 99 |
| Lampiran 5 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan (X3)..... | 101 |
| Lampiran 6 Rekapitulasi Variabel Loyalitas (Y) | 103 |
| Lampiran 7 Output Statistik | 105 |
| Lampiran 8 Dokumentasi..... | 109 |
| Lampiran 9 Surat Izin Melakukan Penelitian..... | 110 |
| Lampiran 10 Surat Izin telah Melakukan Penelitian..... | 111 |
| Lampiran 11 Kemajuan Bimbingan | 112 |

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Pada zaman bisnis yang semakin bersaing, menjaga loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan sebuah perusahaan. Saat ini industri retail telah mengalami perkembangan yang cukup pesat. Banyaknya pusat perbelanjaan berbasis retail telah menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja agar bisa bersaing dengan banyaknya kompetitor lain dan tidak lupa untuk memikirkan konsumen agar bisa berbelanja dengan nyaman dan menyenangkan. Tak terkecuali perusahaan di bidang retail khususnya retail bahan bangunan.

Sektor konstruksi sepanjang kuartal IV-2023 tumbuh kencang melampaui kinerja pertumbuhan pada periode yang sama tahun lalu. Namun, untuk kinerja pertumbuhan *real estate* malah cenderung stagnan. Berdasarkan catatan Badan Pusat statistik (BPS), pertumbuhan sektor konstruksi tumbuh 7,68% secara tahunan pada kuartal IV-2023, dengan kontribusi terhadap total produk domestik bruto (PDB) 10,49. Laju pertumbuhan sektor konstruksi tercatat jauh lebih kencang dibandingkan realisasi pada kuartal III-2023 yang hanya mencapai 6,39% secara tahunan. Kontribusinya terhadap PDB saat itu pun hanya sebesar 9,86%.

Sementara itu, untuk *real estate* tumbuhnya hanya 2,18% dengan sumbangannya terhadap PDB hanya 2,41% secara tahunan pada kuartal IV-

2023. Pada kuartal III-2023, sektor *real estate* mampu mencatatkan pertumbuhan 2,21% dengan kontribusi ke PDB 2,40%. Sepanjang tahun lalu atau secara kumulatif, pertumbuhan sektor kontribusi sebesar 4,91% dengan kontribusi sebesar 9,92% dalam struktur PDB menurut lapangan usaha. Sedangkan *real estate* hanya tumbuh 1,43% dengan distribusi 2,42%.

Seiring dengan pulihnya sektor properti dan konstruksi pasca pandemi kebutuhan bahan bangunan semakin meningkat sehingga membuka peluang bisnis usaha retail bahan bangunan. Persaingan antar retail bahan bangunan membutuhkan strategi yang menarik konsumen agar melakukan keputusan pembelian. Strategi yang dapat dilakukan salah satunya dengan merumuskan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan untuk meningkatkan pertumbuhan bisnis mereka. Dalam konteks ini, TB Mujur di Kediri juga menempatkan perhatian khusus pada upaya meningkatkan loyalitas pelanggan sebagai salah satu strategi utama mereka.

Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang bermula dari tujuan untuk terus berlangganan suatu produk atau layanan jasa yang akan dinikmati dan dikonsumsi kemudian hari. Hal ini menyebabkan pembelian berulang terhadap merek yang sama secara berkala pada zaman yang akan datang, walaupun pengaruh situasi serta tipu muslihat pemasaran dapat memicu perilaku peralihan merek. Loyalitas terbentuk melalui pengalaman menggunakan barang dan jasa. Pelanggan yang puas cenderung akan setia berlangganan secara terus menerus, membeli lebih dari sekali ketika perusahaan mengenalkan produk baru atau meningkatkan produk yang sebelumnya, dan pelanggan akan menilai

perusahaan dan produk perusahaan secara lebih positif, mengabaikan perilaku buruk kompetitor, dan kurang sensitif terhadap harga perusahaan kompetitor, dan kurang aktif menawarkan barang atau jasa kepada pelanggan (Natasya & Risnawati, 2023). Salah satu elemen kunci dalam mencapai loyalitas pelanggan ialah kualitas layanan yang mampu dipersembahkan oleh perusahaan. Kualitas dari layanan bukan hanya sebatas aspek teknis produk atau transaksi bisnis, tetapi juga mencakup pengalaman pelanggan secara keseluruhan. Di TB Mujur, layanan yang baik, efektif, dan informatif dapat menjadi faktor penentu dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap merek dan layanan.

Penelitian ini membahas beberapa faktor yang memiliki pengaruh loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri, yang fokus pada kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Sebagai elemen-elemen penting dalam hubungan antara pelanggan dan perusahaan, kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan memiliki peran yang signifikan dalam membentuk loyalitas pelanggan. Faktor yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada penelitian ini ialah kepercayaan serta kepuasan pelanggan.

Faktor kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu aspek yang tidak mungkin dihindari karena dapat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan artinya hasil dari performa sebuah perusahaan yang berimbas kepada seorang konsumen. Yang mana hasil tersebut diharapkan dapat berpengaruh terhadap konsumen sehingga konsumen akan memiliki rasa puas jika pembelian produk yang telah dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan,

keinginan, dan juga keinginan yang ingin dicapai oleh pelanggan tersebut (Segara, 2019).

Pertama-tama, kepercayaan pelanggan merupakan fondasi yang mendasari hubungan antara pelanggan dan perusahaan. Kepercayaan ini mencakup kehandalan, integritas, dan kompetensi perusahaan dalam memenuhi janji-janji kepada pelanggan. Sebuah hubungan yang dibangun di atas kepercayaan cenderung memunculkan loyalitas yang kuat dari pelanggan.

Selain kepercayaan, faktor kemudahan pelayanan juga memiliki dampak besar dalam mempertahankan pelanggan. Kemudahan dalam hal pembelian, navigasi produk, layanan pelanggan, dan proses transaksi menjadi kunci dalam menjaga kepuasan pelanggan. Pengalaman yang mudah dan lancar bagi pelanggan dapat meningkatkan kemungkinan mereka untuk tetap loyal terhadap TB Mujur.

Kemudahan pelayanan telah menjadi poin penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan untuk membeli sebuah produk atau jasa. Definisi kemudahan ialah seberapa mampu produk dan jasa yang akan diberi dapat berimbas positif dan mudah untuk dijangkau dan dibeli tanpa adanya halangan yang berarti (Nainggolan, 2018).

Adapun contoh kemudahan pelayanan di TB Mujur sebagai berikut stok barang lengkap, di TB Mujur memiliki stok barang yang lengkap dan beragam. Ini memungkinkan pelanggan untuk menemukan semua yang mereka butuhkan dalam satu tempat, mengurangi kebutuhan untuk pergi ke tempat lain. Konsultasi

Ahli di TB Mujur memberikan layanan konsultasi ahli di toko, seperti arsitek atau tukang, yang mampu membantu pelanggan agar dapat membeli produk yang sesuai dengan keinginan mereka. Hal ini membantu pelanggan yang mungkin membutuhkan saran atau rekomendasi dalam memilih bahan bangunan yang tepat.

TB Mujur juga menerapkan sistem pemesanan online dan pengiriman kemudahan memesan barang secara online dan kemudian mengirimkannya ke rumah pelanggan. Ini memudahkan pelanggan yang sibuk atau yang tidak dapat pergi langsung ke toko untuk membeli barang. Layanan pengiriman barang yang cepat menyediakan layanan pengiriman barang yang mampu meringkas waktu pengiriman sehingga pelanggan tidak membutuhkan waktu yang terlalu lama untuk menerima produk yang mereka beli. Promosi dan diskon berkala menyediakan penawaran promosi dan diskon berkala untuk barang-barang tertentu. Ini bisa membantu pelanggan menghemat uang dan merasa lebih diuntungkan ketika berbelanja. TB Mujur mengutamakan pelayanan pelanggan yang ramah dan responsif mempunyai staf atau karyawan yang ramah, terlatih, dan responsif dalam memberikan bantuan kepada pelanggan. Dengan demikian, pelanggan merasa didukung dan dihargai saat berbelanja. Ketersediaan informasi produk di TB Mujur yang jelas menyediakan informasi yang jelas dan lengkap mengenai produk, seperti spesifikasi, harga, serta kegunaan atau cara penggunaannya. Ini membantu pelanggan untuk menciptakan keputusan yang lebih tepat dalam bertransaksi produk. Program loyalitas atau keanggotaan menawarkan program loyalitas atau keanggotaan yang memberikan keuntungan

tambahan kepada pelanggan yang sering berbelanja di TB Mujur. Kepuasan pelanggan dapat menjadi poin penting untuk mempertahankan loyalitas. Ketika pelanggan merasa senang terhadap produk, layanan, dan pengalaman yang mereka dapatkan dari perusahaan, mereka cenderung untuk tetap memilih dan mempercayai merek tersebut di masa mendatang.

Penelitian ini memiliki tujuan agar dapat mendalami pengaruh dari ketiga faktor tersebut, yaitu kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan, pada loyalitas pelanggan yang ada dalam TB Mujur Kediri. Analisis yang dilakukan akan memberikan wawasan yang mendalam mengenai sejauh mana faktor-faktor ini mempengaruhi perilaku pembelian pelanggan dan bagaimana hal tersebut berkontribusi pada tingkat loyalitas pelanggan di TB Mujur.

Pemilihan tempat penelitian untuk TB Mujur dibandingkan dengan dua toko bangunan di sekitarnya mempertimbangkan beberapa faktor penting. Pertama-tama, toko ini cenderung memprioritaskan lokasi yang strategis, mempertimbangkan aksesibilitas bagi pelanggan serta potensi lalu lintas konsumen. Selain itu, aspek lingkungan sekitar, seperti demografi lokal dan kebiasaan belanja, menjadi pertimbangan penting dalam memilih lokasi penelitian. TB Mujur juga memperhatikan keberadaan kompetitor di sekitarnya serta upaya untuk memahami perbedaan produk, layanan, dan strategi pemasaran yang dapat memberikan keunggulan kompetitif. Dengan membandingkan dengan dua toko bangunan lainnya, TB Mujur diharapkan

dapat mengidentifikasi peluang, kebutuhan, dan potensi pengembangan lebih lanjut yang dapat memperkuat posisinya dalam industri bangunan.

Tabel 1.1
Daftar Toko Bangunan di Desa Ngablak

| No | Keterangan | TB MUJUR | TB BAROKAH | TB BINTANG SEMAR 2 |
|----|-------------------------------|---|---|---|
| 1 | Jumlah Karyawan | 6 | 2 | 2 |
| 2 | Tahun Berdiri | 1995 | 2017 | 2005 |
| 3 | Rata-Rata Pendapatan | > Rp 50.000.000.00 | < Rp 50.000.000.00 | < Rp 50.000.000.00 |
| 4 | Produk Dan Jasa | 1. Bahan bangunan 2. Alat pertukangan 3. Alat listrik 4. Alat sepeda 5. Jual beli alat konstruksi 6. Jasa sewa molen cor 7. Jasa sewa scaffolding | 1. Bahan bangunan 2. Alat pertukangan 3. Alat listrik 4. Jasa sewa scaffolding | 1. Bahan bangunan 2. Alat pertukangan 3. Alat listrik |
| 5 | Rentang Harga Produk Dan Jasa | Rp 250.00 – Rp 14.000.000.00 | Rp 250 – 3.000.000 | Rp 250 – 3.000.000 |

Sumber: data diolah peneliti

Berdasarkan pada tabel 1.1 dibandingkan dengan toko lain TB Barokah dan TB Bintang Semar 2 , TB Mujur memiliki jumlah karyawan lebih banyak sejumlah 6 orang. Selanjutnya dari segi tahun berdirinya TB Mujur berdiri lebih awal yaitu sejak tahun 1995, sedangkan TB Barokah pada 2017 dan TB Bintang Semar 2 pada tahun 2005. Adapun pada rata-rata pendapatan TB Mujur yang per bulannya bisa mendapatkan pendapatan kotor lebih dari Rp 50.000.000.00,- , sedangkan TB Barokah serta TB Bintang Semar 2 mendapatkan pendapatan kotor kurang dari Ro 50.000.000,-. Selanjutnya pada penjualan produk dan jasa TB Mujur memiliki produk yang lebih lengkap dan juga memiliki jasa penyewaan alat konstruksi dengan jumlah unit yang lebih banyak, adapun TB

Barokah dan TB Bintang Semar 2 hanya menjual produk saja. dari rentang harga yang di tawarkan di TB Mujur juga lebih jauh bervariasi di bandingkan TB Barokah dan TB Bintang Semar 2 . Berdasarkan uraian tersebut, dalam penelitian ini memilih menentukan TB Mujur sebagai tempat penelitian.

Tabel 1.2
Data jumlah pembeli yang membeli lebih dari 3 kali

| Keterangan | Jumlah responden |
|------------------------|------------------|
| >3 kali | 27 |
| <3 kali | 13 |
| Total Responden | 40 |

Sumber: data diolah peneliti

Dari 40 responden, 27 responden melakukan pembelian > 3 kali di TB Mujur, hal ini menunjukkan bahwa ada loyalitas pada responden atau pembeli pada TB Mujur.

Dengan memahami lebih baik mengenai bagaimana poin-poin ini saling terikat, diharapkan penelitian ini bisa memberikan rekomendasi yang berguna bagi manajemen TB Mujur Kediri dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka, mengoptimalkan pelayanan kepada pelanggan, serta memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan mereka.

B. Identifikasi masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dijadikan bahan penelitian ialah sebagai berikut:

1. Ketidak mampuan menyelesaikan masalah pelanggan atau terbatasnya ketersediaan barang yang diminta.
2. Kurangnya pelatihan karyawan atau ketidak mampuan memanfaatkan secara efektif data pelanggan untuk meningkatkan hubungan.

3. Pelanggan kurang memahami manfaat yang diterima dari TB Mujur.

C. Batasan masalah

Batasan masalah yang terdapat di penelitian ini ditujukan agar dalam pelaksanaan penelitian serta hasilnya sesuai dengan tujuan pelaksanaan yang telah ada, oleh karena itu masalah dalam penelitian ini dibatasi pada tiga faktor loyalitas pelanggan di TB Mujur.

D. Rumusan masalah

1. Adakah pengaruh kepercayaan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial?
2. Adakah pengaruh kemudahan pelayanan pada pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial?
3. Adakah pengaruh kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial?
4. Adakah pengaruh kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara simultan?

E. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, oleh karena itu tujuan di penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan pelayanan pada pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial.
3. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, kemudahan pelayanan, dan kepuasan pelanggan dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan di TB Mujur Kediri secara simultan.

F. Manfaat penelitian

Peneliti berharap hasil penelitian ini memiliki manfaat untuk sejumlah pihak, antara lain:

1. Secara teori

- a. Pengembangan program loyalitas yang tepat sasaran: Hasil penelitian dapat digunakan untuk merancang program loyalitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan di TB Mujur. Ini dapat mencakup program diskon, hadiah, atau keuntungan lain yang dapat meningkatkan ikatan emosional pelanggan dengan toko.
- b. Penyempurnaan pengalaman pelanggan: Melalui penelitian, dapat ditemukan aspek-aspek tertentu dari pengalaman pelanggan yang perlu ditingkatkan. Apakah itu proses pembayaran, kebersihan toko, atau interaksi dengan staf, peningkatan dalam area ini dapat membantu menciptakan pengalaman yang lebih positif dan memuaskan.

- c. Peningkatan komunikasi dengan pelanggan: Mengetahui preferensi komunikasi pelanggan dapat membantu TB Mujur dalam menyusun strategi komunikasi yang lebih efektif. Ini bisa mencakup penggunaan media sosial, email, atau promosi di dalam toko untuk tetap berhubungan dengan pelanggan.
- d. Peningkatan kepercayaan pelanggan: Dengan menyelidiki faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan pelanggan, TB Mujur dapat mengambil langkah-langkah konkret untuk memperkuat hubungan kepercayaan. Hal ini dapat mencakup transparansi, integritas, dan komitmen untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan.
- e. Meningkatkan efisiensi operasional: Pemahaman yang lebih baik tentang preferensi pelanggan dapat membantu TB Mujur dalam mengoptimalkan rantai pasok, manajemen stok, dan operasional lainnya. Ini dapat membantu meningkatkan efisiensi dan memastikan ketersediaan produk yang diinginkan oleh pelanggan.

2. Secara praktis

- a. Peningkatan retensi pelanggan identifikasi faktor-faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dapat membantu TB Mujur dalam mengembangkan strategi untuk meningkatkan retensi pelanggan. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, bisnis dapat menyesuaikan layanan dan produknya.

- b. Peningkatan kepuasan pelanggan penelitian dapat membantu menilai kepuasan pelanggan yang terhubung dengan produk dan layanan yang disajikan oleh TB Mujur. Dengan mengetahui area-area di mana pelanggan mungkin merasa kurang puas, bisnis dapat melakukan perubahan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas layanan.
- c. Pengembangan program loyalty dengan pemahaman mendalam tentang preferensi pelanggan, TB Mujur dapat mengembangkan program loyalitas yang lebih efektif. Program ini dapat mencakup insentif-insentif khusus, diskon, atau keuntungan lainnya yang dirancang untuk memotivasi pelanggan untuk tetap setia.
- d. Penyesuaian strategi pemasaran penelitian dapat memberikan wawasan tentang segmen pasar yang paling responsif terhadap upaya-upaya pemasaran tertentu. Hal ini memungkinkan TB Mujur untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka untuk lebih efektif menarik dan mempertahankan pelanggan potensial.
- e. Pemantauan dan analisis persaingan memahami bagaimana pesaing mengelola loyalitas pelanggan mereka dapat memberikan pandangan berharga. TB Mujur dapat mengadopsi praktik terbaik dan menghindari kesalahan yang mungkin dilakukan oleh pesaing, memungkinkan mereka untuk tetap bersaing secara efektif di pasar.
- f. Peningkatan pengalaman pelanggan menyelidiki pengalaman pelanggan dari awal hingga akhir transaksi dapat membantu TB

Mujur mengidentifikasi titik-titik kejenuhan atau frustrasi. Dengan memperbaiki proses dan interaksi ini, bisnis dapat meningkatkan keseluruhan pengalaman pelanggan.

- g. Peningkatan efisiensi operasional penelitian dapat membantu mengidentifikasi proses operasional yang dapat ditingkatkan atau disederhanakan. Dengan meningkatkan efisiensi operasional, TB Mujur dapat menyediakan layanan yang lebih baik dan lebih responsif kepada pelanggan. Peningkatan reputasi bisnis dengan memberikan perhatian khusus pada kepuasan pelanggan dan loyalitas, TB Mujur dapat membangun reputasi positif di komunitas lokal atau industri mereka. Reputasi yang baik dapat menjadi faktor penting untuk memikat pelanggan baruan mempertahankan yang telah ada.

DAFTAR PUSAKA

- Achrol, R., & Kotler, P. (2016). Marketing's lost frontier: the poor. *Markets, Globalization & Development Review*, 1(1).
- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas dan reliabilitas angket motivasi berprestasi. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan*, 4(4), 263-268.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *PILAR*, 14(1), 15-31.
- Ariani, D. W., & SE, M. (2014). Karakteristik dan Konteks Hubungan Industrial. *EKMA4367–Hubungan Industrial*, 1-54.
- Assauri, S. (2012). Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value. *Jakarta: Rajawali Pers*, 78.
- Astuti, D. S., & Lutfi, M. (2019). Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 9(2), 132-144.
- Aziziyah, N. A., & Hakimah, E. N. (2021). DAMPAK HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA E-COMMERCE SHOPEE. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi.
- Berry, L. L., Zeithaml, V. A., & Parasuraman, A. (1985). Quality counts in services, too. *Business horizons*, 28(3), 44-52.
- Chinsuvapala, P. (2017). Kotler, Philip and Keller Kelvin Lane.(2016). Marketing Management.(15th global edition) Edinburg: Pearson Education.(679 pp). *KASEM BUNDIT JOURNAL*, 18(2), 180-183.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan Terhadap Minat Penggunaan Pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen STEI*, 3(2), 27-37.
- Ernanda, D., & Sugiyono, S. (2017). Pengaruh Store Atmosphere, Hedonic Motive Dan Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(10).
- Ghazali, N. H. C. M. (2016). Confirmatory factor analysis of the school-based assessment evaluation scale among teachers. *Ta'dib: Jurnal Pendidikan Islam*, 21(1), 73-86.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature.
- Hakimah, E. N., & Aliami, S. (2017). Makna menciptakan impulse buying bagi ritel kecil/UMKM.
- Hasan, A. (2018). Marketing dan kasus-kasus pilihan.
- Kante, M., & Ndayizigamiye, P. (2022). Adoption of Mobile Applications for Self-healthcare Monitoring by the Youth in South Africa. In *Innovation Practices for Digital Transformation in the Global South: IFIP WG 13.8, 9.4, Invited Selection* (pp. 79-96). Springer.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Principles of marketing*. Pearson education.
- Mamesah, P. R. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada hotel Lucky Inn Manado. *Productivity*, 1(1), 46-52.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.
- Nainggolan, N. P. (2018). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours and Travel Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(1), 231197.
- Nainggolan, N. P. (2018a). Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Great Seasons Tours and Travel Di Kota Batam. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 6(1), 231197.
- Nainggolan, N. P. (2018b). PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GREAT SEASONS TOURS AND TRAVELDI KOTA BATAM. *JIM UPB Volume 6 No.1* 52.
- Natasya, D., & Risnawati, R. (2023). E-CRM Untuk Mendorong Loyalitas Pelanggan Di Toko Buah Bunda. *Journal Of Computer Science And Technology (JOCSTEC)*, 1(2), 76-82.
- N.P.S. Supertini, E. a. (2020). PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADAPUSAKA KEBAYA DI SINGARAJA. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 64-65.
- Normasari, S., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2013). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan dan loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 6(2).
- Razak, A., Baheri, J., & Ramadhan, M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari. *Sigma: Journal of Economic and Business*, 1(2), 10-20.

- Segara, G. G. (2019). *ANALISIS PENGARUH NILAI PELANGGAN, EXPERIENTIAL MARKETING, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI MEDIASI* FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS].
- Seran, M., Sanusi, A., & Manan, A. (2020). Pengaruh Kompetensi, Kompensasi dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Kontrak di Kantor Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Malaka. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(1), 38-45.
- Seturi, M., & Urotadze, E. (2017). About Marketing Process Model and Relationship Marketing. Proceedings of International Workshop „Model-Based Governance for Smart Organizational Future.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USUpress.
- Sudarsono, B. (2017). Memahami dokumentasi. *Acarya pustaka: jurnal ilmiah perpustakaan dan informasi*, 3(1), 47-65.
- Sudijono, A. (2012). Pengantar statistik. *Raja Grafindo Persada, Jakarta*.
- Sugiyono, S. (2007). Statistika untuk penelitian. In: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi penelitian. *Yogyakarta: Pustaka Baru Perss*.
- Sukardi, H. (2021). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kompetensi Dan Praktiknya (Edisi Revisi)*. Bumi Aksara.
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61-73.
- Tandjung, J. W., & Wijaya, L. (2018). *Entrepreneurial Selling*. Elex Media Komputindo.
- Tartiani, Y. A. T., & Fariscka, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kemudahan Terhadap Loyalitas Konsumen Shopee. *Journal of Economics and Business UBS*, 12(3), 1839-1860.
- Tjiptono, F. (2015). Kewirausahaan, Kinerja Keuangan, dan Kelanggengan Bisnis. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 15(1), 17-26.
- Tjiptono, F. (2020). Service management mewujudkan layanan prima.

- Waseza, F. C. (2017). Faktor-Faktor Yang Mendukung Pengembangan Obyek Wisata Bukit Khayangan Di Kota Sungai Penuh Provinsi Jambi. *Nur El-Islam*, 4(1), 89-106.
- Yee, B. Y., & Faziharudean, T. (2010). Factors affecting customer loyalty of using Internet banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems*, 21, 2010.