

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
RAJAWALI MAMBI KABUPATEN MAMASA**

**THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND TRUST  
ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE RAJAWALI  
MAMBI STORE MAMASA REGENCY**



**PIWI ASTRA NESIA**

**C0121355**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE 2025**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
RAJAWALI MAMBI KABUPATEN MAMASA**

**SKRIPSI**

**Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana**

**PROGRAM STUDI  
MANAJEMEN**

**PIWI ASTRA NESIA  
C0121355**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SULAWESI BARAT  
MAJENE 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
RAJAWALI MAMBI KABUPATEN MAMASA

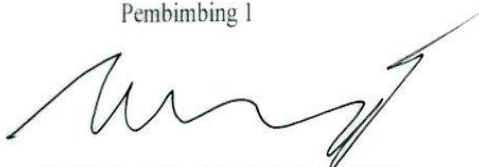


PIWI ASTRA NESIA  
C0121355

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Sulawesi Barat

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I



Dr. Wahyu Maulid Adha, S.E., M.M  
NIP. 197503292021211002

Pembimbing II



Rahmat Ghazali, S.E., M.M  
NIP. 19950125202203101

Menyetujui  
Ketua Program Studi Manajemen



Erwin, S.E., M.M  
NIP. 19890903201903013

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN



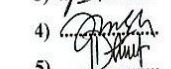

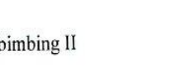
### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO RAJAWALI MAMBI KABUPATEN MAMASA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

PIWI ASTRA NESIA  
C0121355

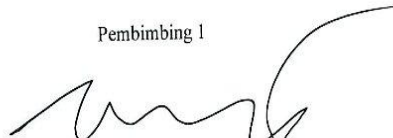
Telah diuji dan diterima Panitia ujian  
Pada Tanggal 30 Oktober 2025 dan dinyatakan Lulus

#### TIM PENGUJI

Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1. Dr. Wahyu Maulid Adha, S.E., M.M	Ketua	1) 
2. Rahmat Ghazali, S.E., M.M	Sekretaris	2) 
3. Ahmad Karim, SE., M.M	Penguji 1	3) 
4. Dr. Hamsyah, SE., M.Si	Penguji 2	4) 
5. Dian Rahmayanti Rivai, SKM, M.M	Penguji 3	5) 

Telah disetujui oleh:

Pembimbing 1



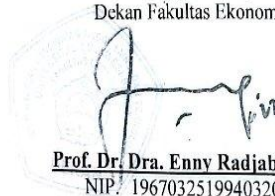
Dr. Wahyu Maulid Adha, S.E., M.M  
NIP. 197503292021211002

Pembimbing II



Rahmat Ghazali, S.E., M.M  
NIP. 19950125202203101

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Dr. Dra. Enny Radjab, M.AB  
NIP. 196703251994032001

# PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Piwi Astra Nesia  
NIM : C0121355  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Fekon  
Universitas : Universitas Sulawesi Barat


Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO  
RAJAWALI MAMBI KABUPATEN MAMASA”**

Adalah hasil karya saya sendiri, dan sepanjang pengetahuan saya didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ ditulis/ diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata dalam naskah teks skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Majene, 30 September 2025

  
Piwi Astra Nesia  
C0121355

## ABSTRAK

**PIWI ASTRA NESIA**, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa, dibimbing oleh bapak Wahyu Maulid Adha, dan bapak Rahmat Ghazali.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Rajawali Mambi di Kabupaten Mamasa.

Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dan data yang digunakan penelitian adalah data primer melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Toko Rajawali Mambi di Kabupaten Mamasa. Populasi yang digunakan penelitian ini adalah pelanggan Toko Rajawali Mambi di Kabupaten Mamasa. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 48 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $4,935 > t$  tabel  $2,014$  dan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ , yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Rajawali Mambi, Kabupaten Mamasa. Variabel kepercayaan diperoleh nilai  $t$  hitung sebesar  $3,759 > t$  tabel  $2,014$  dan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ , yang berarti kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Rajawali Mambi, Kabupaten Mamasa. Secara simultan nilai  $F$  hitung  $338.722 > F$  tabel  $3,20$  dan  $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ . Hasil ini mengindikasikan kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.

**Kata kunci:** kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

**PIWI ASTRA NESIA**, The Effect of Service Quality and Trust on Customer Satisfaction at Rajawali Mambi Store in Mamasa Regency, supervised by Wahyu Maulid Adha, and Rahmat Ghazali.

This study aims to examine the influence of service quality and trust on customer satisfaction at Rajawali Mambi Store in Mamasa Regency. This research uses a quantitative approach and the data used in this study is primary data obtained through questionnaires distributed to customers of Rajawali Mambi Store in Mamasa Regency. The population used in this study is customers of Rajawali Mambi Store in Mamasa Regency. The sample in this study consisted of 48 respondents. The data analysis method used in this study is multiple linear regression analysis. The results of the service quality variable obtained a t-value of  $4.935 > t\text{-table } 2.014$  and  $\text{sig. } 0.000 < 0.05$ , which means that service quality affects customer satisfaction at Rajawali Mambi Store, Mamasa Regency. The trust variable obtained a t-value of  $3.759 > t\text{-table } 2.014$  and  $\text{sig. } 0.000 < 0.05$ , which means that trust affects customer satisfaction at Rajawali Mambi Store, Mamasa Regency. Simultaneously, the F value was  $338.722 > F\text{ table } 3.20$  and  $\text{sig. } 0.000 < 0.05$ . These results indicate that service quality and trust affect customer satisfaction at Rajawali Mambi Store in Mamasa Regency.

**Keywords:** service quality, trust, and customer satisfaction .

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada kondisi lingkungan yang bersaing secara global, para pelaku bisnis dan usaha melakukan serangkaian peluang untuk berkembang agar dapat memiliki daya saing yang tinggi. Bisnis jasa saat ini sangat dibutuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas pelanggan atau konsumen sehari-hari. Dengan ini dapat mempengaruhi pelanggan memiliki banyak pilihan untuk dapat memilih tempat yang dapat dipercaya, memberikan pelayanan terbaik, dan kepuasan atas konsumen. Namun dalam dunia usaha dan bisnis sebagai pola pikir yang menyadari bahwa suatu barang atau jasa yang diproduksi perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya transaksi pembelian (Irawan, 2020).

Kepuasan pelanggan merupakan apa yang ditunjukkan oleh pembeli ketika mereka memahami bahwa kebutuhan dan keinginan mereka benar-benar terwujud dan terpuaskan dengan baik (Khoirunnisa, 2024). Sedangkan menurut Dewi (2024), kepuasan adalah sensasi kebahagiaan atau kekecewaan individu yang muncul dari melihat eksekusi nyata terhadap asumsi mereka. Kepuasan pelanggan sangat penting bagi suatu usaha atau bisnis, sebab pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan karena mereka tidak hanya akan melakukan pembelian ulang tetapi juga akan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, dalam dunia bisnis modern, kepuasan pelanggan menjadi fokus utama yang menentukan keberlangsungan dan keberhasilan usaha. Kepuasan pelanggan bukan hanya hasil akhir dari proses

transaksi, melainkan juga cerminan dari hubungan yang harmonis antara pelanggan dan penyedia jasa atau produk yang ditawarkan.

Ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, di antaranya adalah kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan atau konsumen pada suatu usaha baik dalam bentuk jasa maupun barang. Kualitas pelayanan memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap sebuah bisnis. Pelanggan cenderung menilai nilai suatu produk atau jasa tidak hanya dari hasil akhir yang mereka terima, tetapi juga dari bagaimana proses pelayanan tersebut diberikan. Ketika pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diterimanya ramah, cepat, tepat, dan sesuai dengan ekspektasi, maka tingkat kepuasannya akan meningkat. Sebaliknya, pelayanan yang tidak responsif atau tidak sesuai dengan harapan akan menimbulkan kekecewaan dan menurunkan tingkat kepercayaan terhadap usaha tersebut.

Oleh sebab itu, faktor pertama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan indikator penting keberhasilan bisnis; memberikan kualitas pelayanan yang prima merupakan keharusan bagi pelaku bisnis (Kesuma, 2015). Pelayanan berlaku untuk berbagai macam pelayanan yang diberikan oleh pemilik usaha ataupun karyawan selama pelanggan berada di ruang lingkup usaha (Wijoyo, 2020). Kualitas pelayanan juga menjadi ukuran yang menentukan seberapa jauh perusahaan mampu memberikan layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Dalam konteks usaha ritel seperti Toko Rajawali, kualitas pelayanan tidak hanya

mencakup kecepatan dan ketepatan dalam melayani pelanggan, tetapi juga mencakup aspek keramahan, keterampilan komunikasi, serta kemampuan memahami kebutuhan pelanggan secara tepat.

Menurut Muawanah (2020), kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasar jasa, karena orientasi produk yang dipasarkan adalah pelayanan. Hal ini berarti bahwa pelayanan yang diberikan kepada pelanggan harus menjadi prioritas utama agar bisnis tetap kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Selain itu, kepercayaan juga mempengaruhi kepuasan konsumen atau pelanggan terhadap penggunaan jasa yang ditawarkan. Kepercayaan merupakan pondasi utama dalam membangun hubungan jangka panjang antara pelanggan dan penyedia jasa. Tanpa adanya kepercayaan, pelanggan akan ragu untuk melakukan pembelian ulang dan mencari alternatif tempat usaha lain yang dianggap lebih dapat diandalkan.

Agar sebuah bisnis atau usaha, terutama yang berfokus di bidang jasa ataupun barang seperti Toko Rajawali, dapat terus memenuhi serta meningkatkan kualitas pelayanan, maka pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan kebutuhan dan harapan pelanggan yang terus berubah. Oleh karena itu, usaha dalam bentuk apa pun harus dapat memenuhi dan melampaui harapan pelanggan mengenai kualitas pelayanan itu sendiri. Pemilik usaha perlu menyadari bahwa pelanggan saat ini semakin kritis dan selektif dalam menentukan pilihan. Mereka tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan kenyamanan, profesionalitas pelayanan, dan citra usaha yang bersangkutan. Oleh karena itu, pemilik dalam suatu usaha atau bisnis harus senantiasa memberikan pelayanan

yang baik kepada anggota atau pelanggannya. Untuk mencapai pelayanan yang baik ini tidak terlepas dari peranan karyawan dalam melayani dengan sopan, cepat tanggap, dan memiliki kemampuan interpersonal yang baik (Asdivayanti, 2019).

Selain itu, karyawan juga berperan penting sebagai ujung tombak yang secara langsung berinteraksi dengan pelanggan. Dalam hal ini, pelatihan dan pembinaan karyawan menjadi hal yang krusial agar mereka mampu memahami standar pelayanan yang diharapkan oleh perusahaan dan pelanggan. Pelayanan yang baik tidak hanya diukur dari aspek teknis, seperti ketepatan waktu atau kecepatan pelayanan, tetapi juga dari aspek emosional seperti sikap ramah, kesediaan membantu, dan kemampuan memberikan solusi. Ketika karyawan memiliki sikap profesional dan empati yang tinggi terhadap pelanggan, maka kepercayaan dan kepuasan pelanggan akan meningkat secara signifikan.

Selain kualitas pelayanan, faktor lain yang tidak kalah penting adalah kepercayaan pelanggan. Kepercayaan pelanggan terbentuk dari konsistensi usaha dalam memberikan janji, kejujuran dalam bertransaksi, serta transparansi terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam konteks usaha Toko Rajawali, kepercayaan pelanggan dapat dilihat dari bagaimana toko mampu menjaga reputasi, mempertahankan kualitas produk, serta memberikan informasi yang jelas dan akurat terkait harga maupun barang yang dijual. Ketika pelanggan merasa yakin bahwa usaha tersebut jujur dan konsisten dalam memberikan pelayanan, maka loyalitas pelanggan akan meningkat dan hal ini berdampak positif terhadap pertumbuhan bisnis.

Namun demikian, di lapangan masih banyak usaha kecil dan menengah yang menghadapi tantangan dalam mempertahankan kualitas pelayanan dan membangun kepercayaan pelanggan. Salah satu contohnya adalah kurangnya perhatian terhadap pelatihan sumber daya manusia, ketidak konsistenan dalam penentuan harga, dan minimnya strategi komunikasi dengan pelanggan. Hal-hal tersebut dapat mengakibatkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan. Dalam konteks yang lebih luas, penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan pemahaman kepada pelaku usaha, khususnya pemilik Toko Rajawali di Kabupaten Mamasa, mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan dapat saling berkaitan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut, pelaku usaha diharapkan mampu mengelola hubungan baik dengan pelanggan secara berkelanjutan. Membangun loyalitas pelanggan tidak dapat dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan strategi pelayanan yang terencana, konsistensi dalam menjaga mutu produk, dan komunikasi yang efektif. Pelanggan yang merasa puas dan percaya terhadap suatu usaha cenderung akan menjadi promotor alami yang membantu memasarkan bisnis melalui rekomendasi pribadi kepada orang lain. Hal ini tentu sangat menguntungkan, terutama dalam era digital saat ini, di mana ulasan positif pelanggan di media sosial dapat meningkatkan citra dan kredibilitas usaha secara signifikan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memahami lebih dalam bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa. Hasil

penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran, serta menjadi acuan praktis bagi pemilik usaha dalam meningkatkan strategi pelayanan dan membangun hubungan kepercayaan yang kuat dengan pelanggan.

Faktor kedua yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah kepercayaan. Rahayu (2021) menyatakan bahwa kepercayaan hanya akan muncul ketika salah satu pihak dalam hubungan kerja sama dapat diandalkan dan memiliki integritas. Sedangkan menurut Nugraha (2020), kepercayaan merupakan keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang ia harapkan pada diri orang lain, bukan hal yang ditakutkan. Dari beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak akan muncul pada diri pelanggan apabila pelaku usaha tidak mampu memenuhi ekspektasi atau janji yang telah disampaikan kepada pelanggan.

Kepercayaan yang tumbuh dalam diri pelanggan akan menciptakan kepuasan yang tinggi terhadap suatu produk atau layanan, sehingga pelanggan cenderung melakukan pembelian ulang dan bahkan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Pratiwi (2020) menegaskan bahwa kepercayaan adalah keyakinan terhadap produk yang ditawarkan serta kesediaan pelanggan untuk menerima risiko dari keputusan pembelian yang diambil. Hal ini sejalan dengan pendapat Ilmiyah (2020) yang menyebutkan bahwa kepercayaan merupakan keyakinan terhadap produk yang memiliki atribut dan memberikan manfaat sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

Selain itu, kepercayaan juga berperan penting dalam membangun hubungan

jangka panjang antara pelanggan dan penyedia layanan. Menurut Rahmadani (2022), kepercayaan yang konsisten akan menumbuhkan loyalitas pelanggan karena pelanggan merasa aman, dihargai, dan tidak dirugikan. Dalam konteks bisnis modern, kepercayaan bahkan menjadi modal utama dalam mempertahankan reputasi dan citra merek (Hidayat, 2023). Oleh karena itu, perusahaan harus menjaga transparansi, kejujuran, serta kualitas pelayanan agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan yang berujung pada peningkatan kepuasan secara berkelanjutan.

Apabila pelanggan mempercayai tokoh rajawali maka besar kemungkinan bagi pelanggan akan kembali ke tokoh tersebut. apalagi saat ini peran sosial media dikalangan masyarakat itu sangat berpengaruh baik dalam hal promosi ataupun memperlihatkan hasil kinerja usaha kita sendiri yang tentunya menjadi modal tersendiri dalam hal menggapai kepercayaan dari pelanggan (Retno, 2021). Menurut (Martin, 2021) pelanggan akan menarik kualitas dari: tempat (lokasi), orang, peralatan, alat komunikasi, simbol dan harga yang mereka lihat.

Demikian pula dengan penyelenggaraan bisnis dan usaha harus juga memberikan pelayanan secara prima kepada masyarakat. Meningkatnya tuntutan dan harapan masyarakat akan peningkatan kualitas pelayanan suatu toko usaha menuntut pemilik harus peka dan responsif akan kondisi masyarakat yang semakin kompleks. Perkembangan kualitas pelayanan disebabkan oleh berbagai factor internal maupun eksternal seperti kesadaran pengelola untuk menerapkan sistem manajemen yang profesional dan tuntutan dari masyarakat terhadap pelayanan karyawan yang berkualitas dan tersedianya fasilitas (Yustiani, 2022).

Persaingan didunia bisnis semakin ketat, mengharuskan para pengusaha untuk menyadari bahwa kepuasan dan kepercayaan pelanggan bukan sekedar pilihan, tetapi menjadi suatu keharusan. Ketika pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, mereka cenderung kembali untuk bertransaksi lagi bahkan merekomendasikan tempat usaha juga produk maupun jasa milik kita. Sebaliknya, pengalaman buruk dalam berinteraksi antara karyawan dengan konsumen atau pelanggan dapat berakibat fatal, termasuk kehilangan pelanggan secara permanen dan potensi penyebaran ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis atau usaha (Muzazanah, 2024).

Oleh karena itu, pemilik suatu usaha atau bisnis harus bertekad untuk terus meningkatkan kualitas layanan pelanggan mereka. Hal ini karena kualitas pelayanan yang unggul merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis yang dijalankan. Pada penelitian ini, peneliti mencari objek yang lebih sinkron dengan variabel-variabel yang diangkat sesuai dengan tujuan dan hasil dari pada penelitian ini. Pada Toko Rajawali Mambi di Kabupaten Mamasa tentu tidak terlepas dari nilai variabel yang ada yaitu bagaimana kualitas pelayanan dan kepercayaan sangat berpengaruh untuk kepuasan konsumen (Daulay, 2017).

Adapun permasalahan yang terkait adalah pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pada kepuasan pelanggan, secara kondusif adapun permasalahan yang lain pada kepuasan pelanggan yang mengakibatkan dari tahun ketahun pada toko rajawali mambi, dikabupaten mamasa sering mengalami penurunan minat pelanggan atau konsumennya, dikarenakan tempat atau lokasinya yang

kurang strategis, juga adanya pelayanan yang kurang memuaskan para pembelinya, seperti kecepatan (merespon para pelanggan), ketepatan (dalam menentukan harga barang atau jasa yang ditawarkan selalu berubah-ubah, tidak sesuai dengan harga pokok pada umumnya), sehingga membuat kepercayaan pada pelanggan minim sehingga dari tahun ketahun toko tersebut mengalami pendapatan yang naik turun (Mamonto, 2024).

Permasalahan dan kondisi yang telah diuraikan diatas, dirasa sangat mempengaruhi kepuasan pada pelanggan pada toko rajawali mambi, di kabupaten mamasa. Untuk itu perlu memperhatikan faktor-faktor yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan pelanggan. Berdasarkan pada uraian tersebut maka peneliti mencoba mengangkat penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa?
2. apakah kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini antara lain:

#### **1.4.1 Manfaat teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah referensi tambahan terkait informasi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terhadap para pembaca mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga diharapkan dapat menambah pengalaman dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa, serta bertujuan untuk menambah

wawasan berfikir pembaca mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.

#### **1.4.2 Manfaat praktis**

Manfaat praktis adalah hal yang urgen dalam program penulisan karya ilmiah. Manfaat praktis lebih kepada bagaimana fungsi dari hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti dan fungsi tersebut sejalan dengan apa yang menjadi masalah pada objek penelitian sehingga segala yang menjadi unsur penghambat pada objek dan ruang lingkup penelitian dapat terselesaikan dengan yang dilaksanakan oleh peneliti. Selain itu dapat menjadi sumber informasi yang dapat dipublikasikan sebagai penerapan ilmu pengetahuan dan menjadi pedoman dalam melaksanakan kegiatan pekerjaan dikemudian hari.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan perhitungan diperoleh nilai  $t$  ( $4,935 > t$  tabel ( $2,014$ )) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.
2. Hasil perhitungan dengan nilai  $t$  hitung ( $3,7559 > t$  tabel ( $2,014$ )) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.
3. Hasil perhitungan diperoleh nilai  $f$  hitung ( $338,722 > F$  tabel ( $3,20$ )) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil ini menunjukkan kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Rajawali Mambi Kabupaten Mamasa.

## 5.2 Saran

### 1. Peningkatan Kecepatan dan Ketepatan Pelayanan

Pemilik dan karyawan perlu memperbaiki sistem pelayanan agar lebih cepat dan tepat, termasuk penerapan harga yang konsisten dengan pasar.

### 2. Memperkuat Kepercayaan Pelanggan

Menjaga kejujuran dalam transaksi, memberikan informasi yang jelas, serta memastikan kualitas barang tetap konsisten akan meningkatkan rasa percaya pelanggan.

### 3. Optimalisasi Lokasi dan Media Promosi

Mengingat lokasi toko kurang strategis, promosi melalui media sosial dapat menjadi strategi efektif untuk menjangkau pelanggan lebih luas dan membangun citra positif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abimanyu, F., Irtikha, F., Setiawan, A. A., Zamzami, I. N. A., Hendrawan, A. A., & Hananto, D. (2024). Pentingnya Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Ojek Online *Philosophiamundi* 2 (1).
- Alamsyah, M. H. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Warung Bang Gentong Sukun Kota Malang (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Alfika, M. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Keputusan Pembelian Sabun Cair Merek Lux (Studi Kasus Pada Warga Kelurahan Semper Timur Jakarta Utara) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Asdivayanti, A. (2019). Kualitas Pelayanan Pt. Jne Express Kota Parepare Dalam Meningkatkan Daya Saing (Analisis Manajemen Bisnin Syariah) (Doctoral Dissertation, Iain Parepare).
- Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan) (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Dewi, N. T. P. (2024). Pengaruh Experiential Marketing, Store Atmosphere, Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Cv. Faiza Bordir Kota Bangil) (Doctoral Dissertation, Universitas Narotama).
- Fahtira, Virdha,.Noor. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt Herba Penawar Alwahida . *Jurnal Iانبengkulu Ac Id*, 240-254.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha.
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., ... & Lova, A. N. (2023). *Manajemen Pemasaran: Strategi Dan Praktek Yang Efektif*. Pt. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kesuma, E., & Amri, M. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sulthan Hotelbanda Aceh. *Jurnal*

Manajemen, 4(4), 1-19.

- Kevin, Putra.,Mahendra. & Ratih, Indriyani. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa, Study Kepustakaan Repository Unsada.28
- Khoirunnisa, N. A. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Reguler Di Rumah Sakit Mata Undaan Surabaya (Doctoral Dissertation, Stikes Yayasan Rs Dr. Soetomo Surabaya).
- Kurnia M, F. T. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Listrik Prabayar Di Pt. Pln (Persero) Gresik (Studi Pada Kelurahan Ngipik, Kecamatan Gresik) (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Lathifah, U. K., & Silvianita, A. (2023). Loyalitas Pelanggan Kopi Kenangan Dari Segi Pengalaman Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan.
- Mamonto, D. L., Machmud, R., & Amali, L. M. (2024). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Kelontong Lestari Di Kota Kotamobagu. Jambura: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 7(1), 317-323.
- Martin, R. S. (2021). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Layanan terhadap Minat Menjadi Anggota pada Cedit Union Filosofi Petani Pancur Kasih Kantor Pusat di Siantan. *BIS-MA (Bisnis Manajemen)*, 6(2), 457-468.
- Muawanah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Kepercayaan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pt. Jalur Nugraha Ekakurir (Jne) Jakarta (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Muzazanah, S., & Fadhillah, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Ulasan Pelanggan Pada Mie Gacoan Cabang Solo Veteran. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(4), 1850-1858.
- Nugraha, D. P. S., Amin, N. H. A., & Me, S. Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Membeli Kembali Pada Tiket Pesawat (Doctoral Dissertation, Iain Surakarta).
- Philip.Kotler, & Kevin Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kepercayaan Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 1-14.
- Sugiyono. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ekonomi Vol 5 No.1*
- Sugiyono. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Melalui Media, *Jurnal*

Univ Pancasila, 92-103.

- Pratiwi, R. (2021). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Jne Cabang Matraman) (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia).
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia: Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Informatika Angkatan 2020 Universitas Mahakarya Asia Psdku Baturaja. *Mbia*, 20(1), 40-50.
- Retno, S. (2021). Pengaruh Selebgram Endorsment Terhadap Minat Pembelian Pada Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Followers Instagram@Nunirizkypermata) (Doctoral Dissertation, Uin Raden Intan Lampung).
- Suryono, Budi. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Iab Variabel Intervening. *Jurnal Article Eprints Acid*.555
- Tika, Nur,Aini. (2015). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan . *Jurnal Wid Yamataram*,9-25.
- Tjiptono. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jambura Journalt Of Educational Management*, 97-113.
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). Digital Economy Dan Pemasaran Era New Normal. *Insan Cendekia Mandiri*.
- Sugiyono. (2021). Berbagai Metode Penelitian, Kuantitatif, Study Kepustakaan R&D Vol 2 No.2
- Yustiani, N., & Elisya, M. R. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Customer Retention Laundry Kiloan Abianbase Mengwi (Doctoral Dissertation, Universitas Mahasaraswati Denpasar).
- Ghozali. (2016). Pengaruh Harga Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone, *Jurnal Emba*, 919-928.
- Asdivayanti, N. (2019). Peranan karyawan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 101–110.
- Daulay, R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 18(1), 55–66.
- Dewi, L. (2024). Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan usaha mikro kecil menengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 9(1), 44–53.
- Hidayat, A. (2023). Membangun kepercayaan pelanggan dalam bisnis digital melalui transparansi dan reputasi merek. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 11(2), 132–141.

- Ilmiyah, S. (2020). Analisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian produk ritel. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 5(3), 90–100.
- Khoirunnisa, A. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada bisnis online. *Jurnal Manajemen dan Inovasi*, 12(1), 76–85.
- Kesuma, A. (2015). Kualitas pelayanan sebagai faktor utama dalam membangun kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(2), 55–63.
- Martin, R. (2021). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap persepsi pelanggan di sektor ritel modern. *Jurnal Riset Pemasaran*, 6(4), 222–233.
- Mamonto, S. (2024). Analisis penurunan minat pelanggan terhadap usaha kecil menengah di Kabupaten Mamasa. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Daerah*, 5(1), 61–70.
- Muawanah, N. (2020). Kualitas pelayanan sebagai dasar strategi pemasaran jasa di era kompetitif. *Jurnal Administrasi dan Manajemen*, 9(2), 144–153.
- Muzazanah, F. (2024). Dampak pengalaman pelanggan terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Bisnis Kontemporer*, 8(1), 23–31.
- Nugraha, A. (2020). Kepercayaan konsumen dan pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 7(3), 201–210.
- Pratiwi, N. (2020). Kepercayaan pelanggan terhadap produk dan risikonya dalam keputusan pembelian. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 5(2), 100–111.
- Rahmadani, D. (2022). Peran kepercayaan dalam membangun loyalitas pelanggan pada bisnis berbasis layanan digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 10(2), 87–96.
- Rahayu, S. (2021). Analisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan dalam hubungan bisnis jasa. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 9(1), 41–49.
- Retno, P. (2021). Peran media sosial dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap merek lokal. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*, 7(3), 115–125.
- Wijoyo, H. (2020). Pelayanan pelanggan dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen pada sektor ritel tradisional. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 189–198.
- Yustiani, L. (2022). Faktor-faktor yang memengaruhi peningkatan kualitas pelayanan publik dan swasta. *Jurnal Pelayanan dan Manajemen*, 9(1), 58–70.