

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN
TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN PRODUK GULA
WALINI DI DESA PAYALINGKUNG KAB. OGAN ILIR**

SKRIPSI



Nama : Virra Ambar Kasih

NIM : 212017303

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

2021

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS PEMBELIAN
PRODUK GULA WALINI DI DESA PAYALINGKUNG
KAB. OGAN ILIR**

**Diajukan untuk Menyusun Sripsi pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Virra Ambar Kasih

NIM : 212017303

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2021**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:


Nama : Virra Ambar Kasih
Nim : 212017303
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Gula Walini di Desa Payalingkung Kab. Ogan Ilir

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah urni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau publikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2021




Virra Ambar Kasih

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

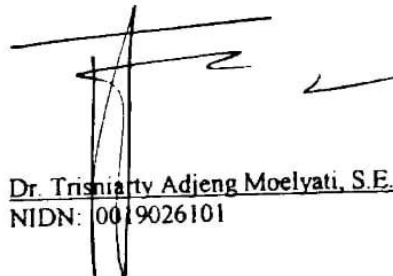
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

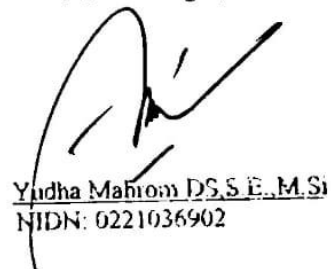
Judul : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen
Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Gula Walini di
Desa Payalungkung Kab. Ogan Ilir

Nama : Virra Ambar Kasih
Nim : 212017303
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal
Pembimbing II,

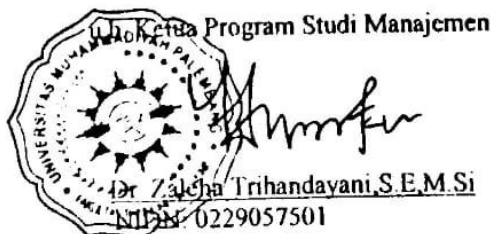
Pembimbing I,


Dr. Trisnarty Adjeng Moelyati, S.E., M.M.,
NIDN: 0019026101


Yudha Mahrom D.S.S.E., M.Si
NIDN: 0221036902

Mengetahui,

Dosen

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zulacha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“ Hidup yang sukses bukanlah hidup yang mudah. Semua itu dibangun dengan kualitas yang kuat, kepercayaan diri, usaha, loyalitas dan integritas.”
-Grant D.Searchfield

“ Barang siapa yang menapaki suatu jalan dalam rangka menuntut ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga.” (HR. Ibnu Majah & Abu Dawud)

Persembahan

1. Untuk kedua orang tua saya , Bapak Amron Zaini dan Ibunda Fitriyanti yang tidak pernah putus berdo'a, berusaha dan selalu melakukan yang terbaik untuk saya.
2. Saudara sekandung saya Rendi Saputra dan Zahratul Hafizah.
3. Seluruh Keluarga besar Syamsudin Zubir dan Zaini yang telah membantu baik moril maupun materil sehingga saya bisa sampai di titik ini



PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingg penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, dengan judul Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Gula Walini Yang mana skripsi ini diajukan sebagai syarat pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada kedua orangtua ku tercinta bapak ku, Amron Zaini dan ibunda ku, Fitriyanti . Saudaraku tercinta, Rendi Saputra dan Zahratul Hafizah . dan seluruh keluarga besarku semoga Allah SWT membalas kebaikan meraka, dan melindungi mereka dimanapun berada Aamiinn.

Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Bapak Abid Djazuli S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yudha Mahrom DS,S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani S.E, M.Si dan Bapak Chandra S.Pd.,M.Si selaku Ketua dan Wakil Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
4. Ibu DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie,S.E.,M,M selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Yudha Mahrom DS, S.E,M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 yang dengan kesabaran membimbing, mendidik dan memberikan arahan dan masukan yang amat sangat berguna sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Lesi Agusria,S.E.,M.M selaku pembimbing akademik
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah mengajarkan ilmunya dan memberikan nasehat-nasehat kepada penulis selama belajar di Universitas Muhammadiyah Palembang ini. Beserta seluruh Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu kelancaran administrasi.
7. Bapak Misriadi,S.E dan Bapak Alhusairi,S.Tr selaku Kepala Desa dan Sekretaris Desa Payalingsung yang sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian.
8. Responden yang telah membantu memberikan jawaban untuk penulis membuat skripsi.
9. Terima kasih untuk sahabat yang telah banyak membantu serta memberikan Subangsi pemikiran, semangat dalam memperlancar penulisan skripsi ini.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah angkatan 2017

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan Mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan Oleh sebab itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca dan berbagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Palembang, Agustus 2021

Penulis

Virra Ambar Kasih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT,.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
HALAMAN ABSTRACK BAHASA INDONESIA.....	xii
HALAMAN ABSTRACK BAHASA INGGRIS.....	xiii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II. KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
A. Landasan teori.....	7
B. Penelitian sebelumnya.....	21
C. Kerangka Pemikiran.....	22
D. Hipotesis.....	22
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	23
B. Lokasi Penelitian	24
C. Operasionalisasi Variabel.....	24
D. Populasi Dan Sampel.....	25
E. Data Yang Diperlukan.....	26

F. Metode Pengumpulan Data.....	27
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis.....	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Hasil Penelitian.....	38
B. Pembahasan.....	52
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN.....	58
A. Simpulan.....	58
B. Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Wawancara Pra Riset.....	4
Tabel II.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	26
Tabel IV.1 Uji Validitas.....	39
Tabel IV.2 Uji Reliabilitas	40
Tabel IV.3 Karakteristik Jenis Kelamin.....	41
Tabel IV.4 Karakteristik Usia	42
Tabel IV.5 Karakteristik Pendapatan	43
Tabel IV.6 Loyalitas Konsumen	44
Tabel IV.7 Kepuasan.....	45
Tabel IV.8 Kepercayaan.....	47
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda	48
Tabel IV.10 Uji F.....	50
Tabel IV.11 Uji t.....	51
Tabel IV.13 Uji Koefisien Determinasi	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	: Jadwal Penelitian
Lampiran 2	: Daftar Kuesioner
Lampiran 3	: Tabulasi Data Jawaban Responden
Lampiran 4	: Distribusi responden (identitas responden)
Lampiran 5	: Hasil Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 6	: Hasil Uji Validitas dan Reabilitas
Lampiran 7	: Hasil Regresi, Uji F, dan Uji t
Lampiran 8	: Tabel r
Lampiran 9	: Tabel F
Lampiran 10	: Tabel t
Lampiran 11	: Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
Lampiran 12	: Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi
Lampiran 13	: Sertifikat AIK
Lampiran 14	: Sertifikat SPSS
Lampiran 15	: Sertifikat Komputer
Lampiran 16	: Biodata Penulis

ABSTRAK

Virra Ambar Kasih/212017303/2021/ Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Gula Walini Di Desa Payalingkung.

Rumusan masalah dalam penelitian ini Adakah Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Gula Walini Di Desa Payalingkung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan Untuk mengetahui pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Gula Walini Di Desa Payalingkung . Jenis penelitian ini bersifat Asosiatif. Sampel yang digunakan berjumlah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling*. Jenis data yang digunakan yaitu primer dan sekunder. Dengan metode pengumpulan data kuesioner (angket). Data yang digunakan dalam dalam penelitian ini data primer. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner (Angket). Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis regresi Linear Berganda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian ini menunjukkan 1)ada pengaruh signifikan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk Gula Pasir Walini di Desa Payalingkung Kab.Ogan Ilir. 2)ada pengaruh signifikan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk Gula Pasir Walini di Desa Payalingkung Kab.Ogan Ilir. 3)ada pengaruh signifikan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk Gula Pasir Walini di Desa Payalingkung Kab.Ogan Ilir.

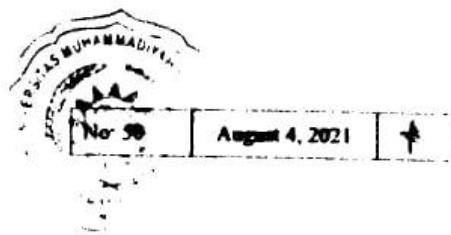
Kata kunci: Kepuasan Konsumen , Kepercayaan Konsumen , Loyalitas Konsumen

Abstract

Virra Ambar Kasih / 212017303 / 2021 / The Effect of Consumer Satisfaction and Trust on the Loyalty of Purchasing Walini Sugar in Payalingkung Village

The formulation of the problem in this research was to find out whether there was any effect of consumer satisfaction and trust on the loyalty of purchasing sugar Walini in Payalingkung Village. This research was conducted with the aim of knowing the effect of consumer satisfaction and trust on the loyalty of purchasing sugar Walini in Payalingkung Village. This type of research was associative. The sample used 100 respondents, with the sampling technique using purposive sampling. The types of data used primary and secondary with questionnaire data collection method (questionnaire). The data in this study were primary data. The data collection method used the questionnaire method (Questionnaire). The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis. The data analysis technique in this research was multiple linear regression analysis. The results of this study indicated that 1) there was a significant effect of consumer satisfaction and trust on purchasing loyalty of Walini Sand sugar products in Payalingkung Village, Ogan Ilir Regency. 2) there was a significant effect of consumer satisfaction on the loyalty of purchasing sugar Walini products in Payalingkung Village, Ogan Ilir Regency. 3) there was a significant effect of consumer trust on the loyalty of purchasing Walini Sugar products in Payalingkung Village, Ogan Ilir Regency.

Keywords: Consumer Satisfaction, Consumer Trust, Consumer Loyalty



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan suatu subjek bagi semua orang maupun dunia usaha pada segala masa dan merupakan salah satu bidang paling dinamis dalam manajemen, di mana kita semua hidup dengan menukarkan sesuatu serta menciptakan kepuasan kepada konsumen. Pemasaran juga merupakan salah satu kegiatan pokok pemroduksi dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Berhasil tidaknya pencapaian tujuan perusahaan tergantung pada ketepatan para pengambil keputusan dalam usahanya mengkombinasikan bidang pemasaran, produksian, keuangan, personalia, serta bidang terkait lainnya. Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2014:27) : Pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya. Pengertian di atas memperlihatkan adanya suatu usaha untuk memenuhi kebutuhan serta adanya suatu usaha yang diarahkan untuk memperoleh kebutuhan tersebut dengan cara mengadakan hubungan dengan pihak lain. Cakupannya juga 13 yaitu barang dan jasa serta gagasan yang berdasarkan pertukaran dan tujuannya adalah memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat. Berdasarkan kedua definisi tersebut maka pemasaran dapat diartikan sebagai sarana untuk mengetahui kebutuhan serta selera dari pengonsumsi, kemudian

dengan melihat peluang yang ada disusunlah suatu kebijakan pemasaran yang sesuai dengan keadaan dan permintaan yang telah diketahui tersebut.

Selain itu pemasaran juga merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam mencapai tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya, selain itu bergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut, serta bagaimana cara pengusaha untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, kesetiaan pelanggan adalah kunci keberhasilan dalam mendapatkan keunggulan bersaing mengingat pada era sekarang loyalitas pelanggan adalah hal yang penting dalam kelangsungan hidup bisnis dan pengembangan lingkungan yang kompetitif

Hal ini dikuatkan oleh Hurriyati (2010:128) ia menjelaskan bahwa loyalitas konsumen itu adalah perilaku konsumen yang melakukan pembelian rutin atau berulang, berdasarkan pada unit pengambilan keputusan, ada beberapa faktor penentu loyalitas konsumen, yaitu yang pertama ialah tingkat kepuasan (satisfaction) , kedua ikatan emosioan (emotional bonding), ketiga adanya kepercayaan (trust), keempat kemudahan (choice reduction an habit) dan yang kelima ialah pengalaman dengan perusahaan.

Pada era globalisasi saat ini yang ditandai dengan revolusi teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan konsumen akan sulit dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan

meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan, selain itu kemudahan yang diperoleh konsumen dari media informasi membuat kompetisi yang sangat ketat.

Kepuasan konsumen dapat memberikan suatu dorongan yang baik bagi konsumen untuk bisa menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan, hubungan dengan konsumen ini pula dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk bisa lebih memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Apabila selalu terpuaskan maka akan berdampak terhadap loyalitas konsumen suatu perusahaan, dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Menurut kottler (2009:24) Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya akan menghadapi masalah berat, seorang pelanggan yang puas akan menceritakan pengalamannya yang menyenangkan dengan suatu produk kepada tiga orang kawan, sedangkan seorang pelanggan yang tidak puas akan menceritakan kekecewaannya kepada sebelas orang. Jadi bisa dibayangkan apa yang akan terjadi apabila perusahaan gagal dalam memuaskan pelanggan. Selain kepuasan faktor lain yang dapat membangun loyalitas adalah kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, hal ini didukung oleh Ding Mao (2013:21) kepercayaan adalah keyakinan bahwa kata atau janji seorang dapat dipercaya dan seseorang akan memenuhi kewajibannya dalam sebuah hubungan pertukaran.

Seiring dengan perkembangannya zaman banyak sekali perusahaan yang mengeluarkan produk yang sama dengan merek yang berbeda salah satunya ialah gula pasir. Penduduk Indonesia yang saat ini berjumlah jiwa merupakan pangsa pasar yang sangat besar bagi perkembangan industri gula pasir. Gula adalah salah

satu dari sembilan bahan pokok, sehingga gula merupakan komoditas pangan yang memiliki arti dan posisi yang strategis di Indonesia. Sebagai kebutuhan pokok peningkatan jumlah penduduk memberi kontribusi terhadap peningkatan konsumsi gula. Ada banyak sekali produk gula yang sudah dikenal di kalangan masyarakat Indonesia. Salah satunya ialah produk Gula Walini 100% tebu asli adalah merek gula asli Indonesia yang dikeluarkan dan diproduksi oleh PTPN II, VII dan X dengan kualitas yang baik.

Tabel I.1
Tanggapan Masyarakat Menggunakan Produk Gula Walini Di Desa
Payalingsung

No	Tanggapan	Setuju	Tidak Setuju
1	Melakukan Pembelian ulang produk gula Walini secara teratur	18	12
2	Membeli produk gula walini diluar lini produk	16	14
3	Merecomendasikan gula walini ke orang lain	13	17
4	Terpenuhnya harapan konsumen	14	16
5	Harga gula walini masih terjangkau	20	10
6	Memberikan informasi apa adanya kepada pihak lain mengenai gula walini	16	14
7	Mempercayai kecanggihan sistem produksi gula walini	16	14

Sumber : Wawancara Pra Riset, 2020

Berdasarkan tabel hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa variabel yang menjadi pertimbangan masyarakat menggunakan Produk gula antara lain :

1. Melakukan Pembelian Ulang Dan Membeli Diluar Lini Produk

Merupakan salah satu dari indikator-indikator loyalitas dimana sebanyak 18 orang menyatakan loyal terhadap pembelian produk gula walini dan 16 orang menyatakan setuju akan melakukan pembelian diluar lini produk gula walini

2. Merekomendasikan Produk

Merupakan salah satu indikator-indikator loyalitas. Berhubungan dengan rasa, bau, dan bentuk, gula walini memiliki permasalahan yang didapat yaitu pada bentuk dan rasa , pada gula walini memiliki bentuk kemasan yang tidak berinovasi serta rasanya yang terlalu manis

3. Terpenuhnya harapan konsumen

Merupakan indikator-indikator dari kepuasan, 16 orang mengatakan tidak setuju dengan produk gula walini yang dapat memenuhi harapan konsumen

4. Harga

Merupakan indikator dari kepuasan , 20 orang mengatakan setuju bahwa produk gula walini masih sangat terjangkau

5. Memberikan informasi apa adanya

Merupakan salah satu indikator kepercayaan, 16 orang mengatakan setuju akan memberikan informasi produk apa adanya terhadap konsumen lain tentang produk gula walini

6. Mempercayai

Merupakan salah satu indikator dari kepercayaan, 16 orang mengatakan percaya terhadap kecanggihan sistem produksi gula walini

Berdasarkan dengan hal diatas bahwasannya konsumen gula walini di Desa Payalingkung merasa tidak terpuaskan oleh produk gula walini dengan banyaknya tingkat produksi gula dengan berbagai macam merek dan fungsi yang berbeda sebagai pilihan sehingga konsumen di desa payalingkung akan lebih memilih gula yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh konsumen tersebut. Sehingga konsumen yang merasa tidak terpuaskan akan memilih produk gula dengan merek yang lain dan membuat konsumen menjadi tidak loyal terhadap produk gulawalini.

Oleh karena itu hal yang dapat dilakukan perusahaan adalah mempertahankan konsumen yang ada atau mengusahakan timbulnya loyalitas yang tinggi di kalangan konsumen . Hal ini dapat di pahami bahwa, konsumen dengan loyalitas yang tinggi diharapkan mampu mendukung kelangsungan hidup dan perkembangan atau pertumbuhan perusahaan. Konsumen yang loyal pada umumnya akan pada umumnya akan melakukan pembelian di waktu-waktu yang akan mendatang.

Selain itu indikasi masalah yang juga saling berketerkaitan ialah kepuasan dan kepercayaan konsumen sehingga akan dapat membentuk loyalitas konsumen. Dalam situasi persaingan yang sangat ketat sekarang ini perusahaan harus sangat-sangat memperhatikan keunggulan bersaing perusahaan dalam hal memasarkan produknya. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang terjadi dalam sebuah usulan penelitian dengan judul **Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Gula Pasir Walini Di Desa Payalingkung Kab. Ogan Ilir.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka permasalahan yang dapat di kemukakan dalam penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk gula pasir walini di desa payalingkung kab. Ogan ilir?
2. Adakah pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pembelian produk gula walini di desa payalingkung kab. Ogan ilir?
3. Adanya pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk gula walini di desa payalingkung kab.ogan ilir

C. Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah beberapa tujuan yang dapat diberikan pada penelitian ini antara lain :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan dan kepercayaan Konsumen terhadap loyalitas pembelian produk gula pasir walini di desa payalingkung Kab. Ogan Ilir
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk gula pasir walini didesa payalingkung Kab.Ogan Ilir
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pembelian produk gula walini di desa payalingkung Kab. Ogan Ilir

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat memberikan gambaran dan pemahaman secara nyata, berdasarkan pembelajaran atas teori yang diperoleh selama perkuliahan yang berguna bagi peneliti dalam mengaktualisasikan bekal dari ilmu yang dimiliki.

2. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pemasaran yang berkaitan dengan kepuasan, kepercayaan dan loyalitas konsumen.

3. Bagi Almamater

Semoga manfaat dari penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa ataupun penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha.(2009). *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: Bandung: PT Sarana Tutorial Nurani Sejahtera
- Dr.Diah Isnaini Asiati,S.E.,MM,DD. 2019.*Metode penelitian Bisnis*,jilid 1. Palembang ; NoerFikri Offset
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*,Bandung : Satu Nusa
- Ermiyenti.2019. *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel Ud.Benteng Honda Motor Medan*
- Hurriyati, Ratih.2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Kotler dan Keller. 2009. *Menejemen Pemasaran*.Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta : erlang
Suparyanto dan rosad.2015. *Menejemen Pemasaran* . In Media : Bogor
Tutorial Nurani Sejahtera
- Kotler dan Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran* , Edisi 13 Bahasa Indonesia, Jakarta: Erlang
- Kutut Handoko. 2019. *Pengaruh kepuasan, kepercayaan dan komitmen terhadap loyalitas pelanggan pada PT.Yodya Karya(Persero)*
- Nadhifatul Laila. 2020. *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap dan kepercayaan merek terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variable intervening pada hijab medyna collection situs shop online*
- Univ.UMP,2020, *pedoman penulisan usulan penelitian dan skripsi*,Univ.Muhammadiyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Palembang

Yashinta Astreia. 2016. *Analisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan untuk meningkatkan minat beli ulang*