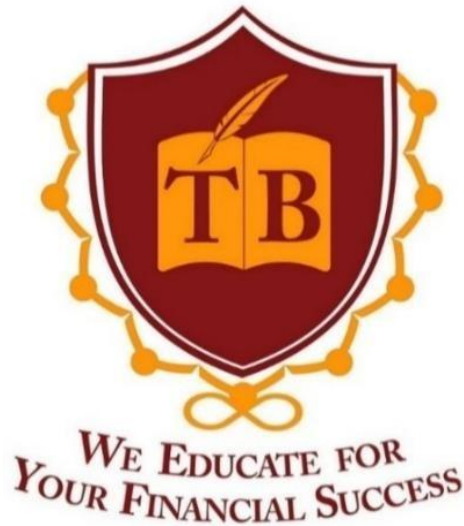


**PENGARUH HARGA, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN OTENTIK
SHOES CLEAN KOTA BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :
Marta pingkan
222711058

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Marta Pingkan
Nomor Induk Mahasiswa : 222711058
Program Studi : SI Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Otentik Shoes Clean

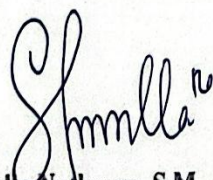
Skripsi tersebut telah disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana pada Program Studi Strata Satu Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti.

Bekasi, 20 Juli 2026

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

Dosen Pembimbing



Stella Nathasya, S.M., M.M
NUPTK : 954677464675230273



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN: 0325107402

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH HARGA, KEPUASAN PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA OTENTIK SHOES CLEAN KOTA BEKASI

OLEH
MARTA PINGKAN
222711058

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian Guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini
Bekasi,

Ketua Tim Penguji



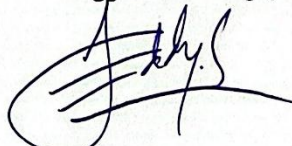
Dr. Drs. Tatar Bonar, M.Si
NIDN: 4725066701

Anggota Tim Penguji 1



Drs. Widayatmoko, MM.,
M.Ikom
NIDN: 0303045901

Anggota Tim Penguji 2



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si
NIDN: 0325107402

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1
MANAJEMEN**

1. Dengan ini saya menyatakan bahwa :
2. Karya tulis saya, Skripsi ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
3. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 20 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan



Marta Pingkan
222711058

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Marta Pingkan

Nim : 222711058

Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti

Program Studi: S1 Manajemen

Dengan ini saya menyetujui untuk memberikan izin kepada **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini berjudul “Pengaruh Harga, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Otentik Shoes Clean Kota Bekasi”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*). Mendistribusikan dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 20 Juli 2026
Yang Membuat Pernyataan



Marta Pingkan
222711058

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"God is within her, she will not fall; God will help her at break of day."

(Psalm 46:5, NIV)

**"Know your worth, embrace your strength, and never stop becoming the woman
you are meant to be."**

**"So do not fear, for I am with you; do not be dismayed, for I am your God. I
will strengthen you and help you; I will uphold you with My righteous right
hand."**

(Isaiah 41:10, NIV)

PERSEMBAHAN

May this milestone always remind you that you are stronger, wiser, and more
capable than you ever imagined. Never stop believing in yourself, chasing your
dreams, and embracing the person you are becoming.

I'm proud of you. This is only the beginning.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Otentik Shoes Clean. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan program Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). Hasil uji instrumen menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Harga, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 7,859 + 0,300X_1 + 0,216X_2 + 0,557X_3$. Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung $6,903 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung $2,664 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai t hitung $5,619 > t$ tabel $1,98498$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan nilai F hitung $81,641 > F$ tabel $2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai Adjusted R Square sebesar $0,710$ menunjukkan bahwa $71,0\%$ variasi Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan, sedangkan $29,0\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Harga, Kepuasan Pelanggan, dan Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.

Kata kunci: Harga, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Price, Customer Satisfaction, and Customer Trust on Customer Loyalty at Otentik Shoes Clean. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population in this study consists of customers, with a sample of 100 respondents. Data were collected through questionnaires and analyzed using the Statistical Package for the Social Sciences (SPSS). The results of the instrument test showed that all statement items for the variables of Price, Customer Satisfaction, Customer Trust, and Customer Loyalty were valid and reliable. Multiple linear regression analysis produced the equation $Y = 7.859 + 0.300X_1 + 0.216X_2 + 0.557X_3$. The partial test (t-test) showed that Price had a positive and significant effect on Customer Loyalty, with t-count $6.903 > t\text{-table } 1.98498$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Customer Satisfaction had a positive and significant effect on Customer Loyalty, with t-count $2.664 > t\text{-table } 1.98498$ and a significance value of $0.009 < 0.05$. Customer Trust had a positive and significant effect on Customer Loyalty, with t-count $5.619 > t\text{-table } 1.98498$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The simultaneous test (F-test) showed that Price, Customer Satisfaction, and Customer Trust simultaneously had a positive and significant effect on Customer Loyalty, with F-count $81.641 > F\text{-table } 2.70$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. The Adjusted R Square value of 0.710 indicates that 71.0% of the variation in Customer Loyalty can be explained by Price, Customer Satisfaction, and Customer Trust, while the remaining 29.0% is explained by other factors outside the research model. Based on the results, it can be concluded that Price, Customer Satisfaction, and Customer Trust have a positive and significant effect on Customer Loyalty, both partially and simultaneously..

Keywords: *Price, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Harga, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Otentik Shoes Clean Kota Bekasi”** Tujuan penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata pendidikan S1 Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti. Penyusunan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya dukungan, bantuan, serta kontribusi dari berbagai pihak yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil kepada peneliti selama proses penelitian. Peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang berperan penting, antara lain kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, M.M., M.Ikom, selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Stella Nathasya, S.M., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S.Sos.,M.Si, selaku Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
4. Bapak dan ibu dosen pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti.
5. Sdri. Christian Piyu Leonardo selaku owner Otentik Shoes Clean Kota Bekasi.
6. Kedua orang tua dan kakak terkasih peneliti yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil yang membuat peneliti menjadi semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
7. Dprian dan Got7 selaku idola penulis yang menemani selama masa pembuatan skripsi.
8. Paskah dan Ilbeth selaku teman mengerjakan skripsi. Semua pihak yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI S.1 MANAJEMEN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Perumusan masalah.....	7
1.4 Batasan Penelitian	8
1.5 Tujuan Penelitian.....	8
1.6 Manfaat penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori Manajemen	11
2.1.2 Pemasaran	13
2.1.3 Fungsi pemasaran.....	14
2.1.4 Indikator fungsi pemasaran.....	15
2.1.5 Pengertian jasa	16
2.1.6 Pengertian Harga.....	18
2.1.7 Kepuasan Pelanggan	20
2.1.8 Pengertian Kepercayaan Pelanggan.....	22
2.1.9 Loyalitas Pelanggan	26

2.2 Penelitian Terdahulu.....	28
2.3 Kerangka Penelitian	33
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.1.1 Unit Analisis.....	36
3.1.2 Tujuan Penelitian	36
3.1.3 Paradigma penelitian.....	37
3.1.4 Metode Penelitian	37
3.1.5 Strategi Penelitian	37
3.1.6 Keterlibatan Penelitian.....	37
3.1.7 Latar Penelitian	37
3.1.8 Waktu Pelaksanaan.....	38
3.2 Definisi operasional dan pengukuran.....	38
3.2.1 Variabel dependen (Variabel Terikat)	39
3.3 Populasi dan sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Sumber Data.....	41
3.4.1 Data Sekunder	41
3.4.2 Data Primer	42
3.5 Teknik pengumpulan data	42
3.6. Teknik Analisis Data.....	44
3.6.1 Uji Instrument Penelitian	44
3.6.2 Uji Asumsi klasik.....	45
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas.....	46
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	47
3.6.3 Analisis Data	47
3.6.4 Uji Hipotesis	48
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	51
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1 Gambara umum.....	51
4.1.2 Visi dan Misi	52

4.1.3 Struktur organisasi	52
4.2 Hasil Penelitian	52
4.2.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	52
4.2.2 Analisis Deskriptif Penilaian Variabel	55
4.2.3 Uji Validitas	63
4.2.4 Uji Reliabilitas	66
4.2.5 Uji Asumsi Klasik	66
4.2.6 Analisis Data	69
4.2.7 Uji Hipotesis	70
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	73
4.3.1 Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	74
4.3.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	75
4.3.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Secara Parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan	76
4.3.4 Pengaruh Harga, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan Secara Simultan terhadap Loyalitas Pelanggan	76
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran - Saran	80
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengeluaran Masyarakat Terhadap Fashion	1
Gambar 1. 2 Instagram Otentik Shoes Clean Kota Bekasi	4
Gambar 1. 3 Instagram Otentik Shoes Clean Kota Bekasi	5
Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian	33
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	38
Gambar 4. 1 Gambar Struktur Organisasi.....	52
Gambar 4. 2 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Gambar 4. 3 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 4. 4 Grafik Normal P-Plot	67
Gambar 4. 5 Grafik Scatter Plot.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan 2024 - 2025	5
Tabel 1. 2 Pra-Survey	6
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Dan Pengukuran	39
Tabel 3. 2 Skor	43
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 3 Pie Chart Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Tabel 4. 4 Penilaian Variabel Harga (X1).....	56
Tabel 4. 5 Penilaian Variabel Kepuasan Pelanggan (X2).....	58
Tabel 4. 6 Penilaian Variabel Kepercayaan Pelanggan (X3).....	60
Tabel 4. 7 Penilaian Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	61
Tabel 4. 8 Uji Validitas Harga (X1).....	63
Tabel 4. 9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (X2).....	64
Tabel 4. 10 Uji Validitas Kepercayaan Pelanggan (X3).....	65
Tabel 4. 11 Uji Validitas Loyalitas Pelanggan (Y)	65
Tabel 4. 12 Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4. 13 Uji Multikolinearitas	68
Tabel 4. 14 Uji Analisis Linear Berganda	69
Tabel 4. 15 Uji Parsial (Uji T).....	70
Tabel 4. 16 Uji Simultan (Uji F)	72
Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	73

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL OLAH DATA	87
LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN.....	96
LAMPIRAN 3 DAFTAR POPULASI SAMPEL	100
LAMPIRAN 4 TABULASI RESPONDEN.....	105
LAMPIRAN 5 KARTU KONSULTASI BIMBINGAN	119
LAMPIRAN 6 SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI.....	120
LAMPIRAN 7 HASIL CEK PLAGIASI	121
LAMPIRAN 8 FORM PERBAIKAN.....	122
LAMPIRAN 9 DAFTAR RIWAYAT HIDUP	123