

**PENGARUH HUBUNGAN PELANGGAN, PENGALAMAN PELANGGAN
DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA
PT. TELKOM INDONESIA PRODUK INDIHOME**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Dan Bisnis**



Diajukan Oleh :

YOGA ABDY BAIHAQI

NPM : 2101110517

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yoga Abdy Baihaqi
Nomor Pokok/NPM : 2101110517
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Srata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome

Pembimbing Skripsi

Tanggal 2/9/25 Pembimbing I : Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si
NIDN. 0226028303

Tanggal 2/9/25 Pembimbing II : Yunidar Erlina, SE., M.M
NIDN. 0230066302

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tanggal 2/9/2025



Dr. Hj. Misy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 2/9/2025

Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si
NIDN: 0226028303

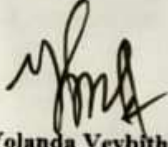
017/PS/DFEB/25

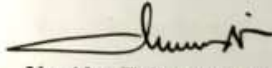
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

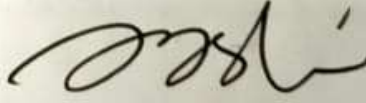
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yoga Abdy Baihaqi
Nomor Pokok/NPM : 2101110517
Jurusan / Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Srata 1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman
Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk
Indihome

Penguji Skripsi :

Tanggal2/9/2025.... Ketua Penguji : 
Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN. 0226028303

Tanggal2/9/2025.... Penguji I : 
Yunidar Erlina, SE., M.M
NIDN. 0230066302

Tanggal2/9/2025.... Penguji II : 
Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN. 0008086502

Mengesahkan :

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

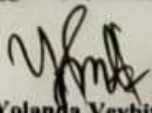
Tanggal 2/9/2025.



Dr. Hj. Misy Mikial, SE, M.Si, AK, CA, CSRS
NIDN : 0205026401

Ketua Program Studi

Tanggal 2/9/2025.....


Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN: 0226028303

077/PS/DFEB/25

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoga Abdy Baihaqi
Nomor Pokok/NPM : 2101110517
Angkatan : 2021
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Study : Manajemen
Program Pendidikan : Strata I (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome

Menyatakan bahwa skripsi ini telah dibuat dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, 27 Agustus 2025

Peneliti,



Yoga Abdy Baihaqi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK.	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	9
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	9
2.1.2 <i>Hubungan pelanggan</i>	12
2.1.3 Pengalaman Pelanggan	16
2.1.4 Kepercayaan	19
2.2 Penelitian lain Yang Relevan	24
2.3 Kerangka Berfikir	25
2.3.1 Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	26
2.3.2 Pengaruh Hubungan pelanggan Terhadap Loyalitas	27
2.3.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas	27
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	28

2.4	Hipotesis	29
-----	-----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.1.1	Tempat Penelitian	30
3.1.2	Waktu Penelitian	30
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data	31
3.2.1	Sumber Data	31
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	31
3.3	Populasi ,Sampel dan Teknik sampling	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel dan Teknik Sampling.	33
3.4	Rancangan Penelitian	35
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	36
3.5.1	Variabel Penelitian	36
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	37
3.6	Instrumen Penelitian	38
3.6.1	Uji Validitas	39
3.6.2	Uji Reliabilitas	39
3.7	Teknik Analisa Data	40
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif	40
3.7.2	Analisis Statistik Inferensial	40
3.8	Uji Hipotesis	44
3.8.1	Uji Simultan (Uji F)	44
3.8.2	Uji Parsial (Uji t)	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	47
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	47
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	49
4.1.2.1	Struktur Organisasi	49
4.1.2.2	Uraian Tugas	50

4.1.3	Pembahasan dan interpretasi	54
4.1.3.1	Deskripsi Profil Responden	54
4.1.3.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.1.3.3	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	55
4.1.3.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.	56
4.1.4.1	Uji Validitas	56
4.1.4.2	Uji Reliabilitas	61
4.1.5	Analisis Statistik Deskriptif	62
4.1.6	Uji Asumsi Klasik	63
4.1.6.1	Uji Normalitas	63
4.1.6.2	Uji Multikolinieritas	63
4.1.6.3	Uji Heteroskedasitas	64
4.1.7	Regresi Linear Berganda	65
4.1.8	Koefisien Korelasi	67
4.1.9	Koefisien Determinasi	68
4.1.10	Uji Hipotesis	68
4.1.10.1	Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)	68
4.1.10.2	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)	70
4.2	Pembahasan Penelitian	72
4.2.1	Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome	72
4.2.2	Pengaruh Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome	74
4.2.3	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome	75
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome	76

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	78
5.2	Saran	78

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

ABSTRAK

YOGA ABDY BAIHAQI, Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome (Di bawah bimbingan Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si dan Ibu Yunidar Erlina, SE., M.M)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 99 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis linier berganda yang diolah dengan menggunakan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima.. Persamaan regresi linier berganda $Y = 1.086 + 0.221 X_1 + 0.828 X_2 + 0.365 X_3$. Hubungan Pelanggan memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome dengan signifikan sebesar $0,032 < \alpha (0,05)$. Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$. Kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$.

Kata Kunci : Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

YOGA ABDY BAIHAQI, *The Influence of Customer Relationships, Customer Experience, and Trust on Customer Loyalty at PT. Telkom Indonesia's Indihome Products (Under the guidance of Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si. and Ms. Yunidar Erlina, SE., M.M.)*

This study aims to determine the influence of customer relationships, customer experience, and trust on customer loyalty at PT. Telkom Indonesia's Indihome Products. The sample size for this study was 99 individuals. The analysis technique used was multiple linear regression analysis, processed using the computer program Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 24.

The results of the study indicate that Customer Relationships, Customer Experience and Trust have a simultaneous influence on Customer Loyalty at PT. Telkom Indonesia Indihome Products with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted. The multiple linear regression equation is $Y = 1.086 + 0.221 X_1 + 0.828 X_2 + 0.365 X_3$. Customer Relationships have a partial influence on Customer Loyalty at PT. Telkom Indonesia Indihome Products with a significance of $0.032 < \alpha (0.05)$. Customer Experience has a partial influence on Customer Loyalty at PT. Telkom Indonesia Indihome Products with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$. Trust has a partial influence on Customer Loyalty at PT. Telkom Indonesia Indihome Products with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$.

Keywords: Customer Relationship, Customer Experience, Trust, Customer Loyalty

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini telekomunikasi dan informasi sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat. Kebutuhan akan jasa telekomunikasi telah mengalami kemajuan yang cukup pesat dengan ditemukannya teknologi komunikasi dan informasi seperti internet. Adanya internet masyarakat dapat mengakses segala macam informasi dari belahan dunia dimana saja dan kapan saja, salah satu perusahaan yang berperan dan meramaikan pasar telekomunikasi di Indonesia adalah PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero). Salah satu produknya adalah *speedy* yang telah berubah seiring perkembangan teknologi menjadi Indihome (Indonesia digital home). Indihome (Indonesia Digital Home) adalah layanan digital terpadu yang memberikan kebutuhan rumah tangga dan individu akan konektivitas dan hiburan digital.

Layanan Indihome yang mengedepankan kualitas jaringan, kecepatan internet stabil, serta dukungan pelanggan yang responsif berperan penting dalam membangun kepuasan dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong terciptanya loyalitas pelanggan terhadap layanan tersebut. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti hubungan pelanggan, pengalaman pelanggan dan kepercayaan, berikut ini akan dijelaskan secara rinci hubungan pelanggan, pengalaman pelanggan dan kepercayaan yang berhubungan dengan loyalitas pelanggan pada produk Indihome

Hubungan pelanggan merupakan sebuah sistem informasi terintegrasi yang digunakan untuk merencanakan, menjadwalkan, dan mengendalikan kegiatan pra penjualan dan pasca penjualan disebuah organisasi. Hubungan pelanggan melingkupi semua aspek yang berhubungan dengan calon pelanggan dan pelanggan saat ini, termasuk didalamnya yakni pusat panggilan, tenaga penjualan, pemasaran, dukungan teknis dan layanan lapangan.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada pelanggan produk indihome yaitu didapatkan hubungan pelanggan yang kurang dikarenakan adanya beberapa keluhan yang sering muncul di antaranya adalah respon yang lambat terhadap laporan gangguan, kualitas jaringan yang belum merata di seluruh wilayah, serta informasi yang kurang transparan terkait kebijakan pemakaian. Hal tersebut dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan, bahkan mendorong pelanggan untuk berpindah ke penyedia layanan lain dan membuat loyalitas pelanggan pada pproduk Indihome menurun.

Pernyataan diatas sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irpan, Maulana (2024) menyimpulkan hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukan bahwa *Hubungan pelanggan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Pengalaman pelanggan adalah tanggapan pelanggan secara internal dan subjektif sebagai akibat dari interaksi secara langsung maupun tidak langsung dengan perusahaan. Hubungan secara langsung ini biasanya dikarenakan adanya inisiatif dari konsumen dan hal ini biasanya terjadi pada bagian pembelian dan pelayanan. Sedangkan hubungan tidak langsung sering melibatkan perjumpaan

yang tidak direncanakan, seperti penampilan produk dan merek, iklan, dan event promosi lainnya.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada pelanggan produk indihome yaitu didapatkan permasalahan yang muncul dalam hubungan antara pelanggan dan produk Indihome berkaitan erat dengan pengalaman pelanggan yang belum sepenuhnya optimal, seperti gangguan koneksi internet yang berulang, keterlambatan penanganan keluhan, dan ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dengan layanan yang diterima, sehingga berpotensi menurunkan tingkat kepuasan dan menghambat terciptanya pengalaman pelanggan yang positif dan berkesan.

Pernyataan diatas sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rojuaniah (2024) dengan judul Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan menyimpulkan hasil dari penelitian pengalaman pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Kepercayaan merupakan keyakinan dimana seseorang akan mendapatkan apa yang diharapkan dari orang lain. Kepercayaan menyangkut kesediaan seseorang agar berperilaku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada pelanggan produk indihome yaitu didapatkan permasalahan yang sering terjadi dalam hubungan antara pelanggan dan produk Indihome berkaitan dengan menurunnya tingkat

kepercayaan pelanggan akibat ketidaksesuaian antara janji layanan dan realisasi di lapangan, seperti gangguan koneksi yang tidak ditangani dengan cepat, informasi yang kurang transparan mengenai batasan layanan, serta kurangnya komunikasi dari pihak penyedia layanan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan.

Pernyataan diatas sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nanda Panji Widiyanto (2023) dengan judul Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Marketplace Shopee menyimpulkan hasil dari penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berikut ini akan dijelaskan secara rinci jumlah pelanggan produk Indihome pada tahun 2024 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Pada Produk Indihome di Palembang
Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah Komplain
1	Januari	683
2	Februari	641
3	Maret	1.121
4	April	1.481
5	Mei	967
6	Juni	1.049
7	Juli	1.389
8	Agustus	1.032
9	September	952
10	Oktober	886
11	November	702
12	Desember	980
Jumlah		11.883

Sumber: Laporan Tahunan, 2025

Berdasarkan tabel diatas maka didapatkan jumlah pelanggan produk Indihome yang komplain pada tahun 2024 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Pelanggan Komplain Pada Produk Indihome di Palembang Tahun 2024

No	Bulan	Jumlah Komplain
1	Januari	120
2	Februari	105
3	Maret	130
4	April	145
5	Mei	138
6	Juni	142
7	Juli	160
8	Agustus	155
9	September	148
10	Oktober	135
11	November	126
12	Desember	118
Jumlah		1.622

Sumber: Laporan Tahunan, 2025

Berdasarkan Tabel di atas didapatkan pelanggan komplain pada produk indihome di Palembang pada tahun 2024, jumlah pelanggan Indihome yang melakukan komplain di wilayah Palembang mencapai total 1.622 kasus. Komplain terbanyak terjadi pada bulan Juli dengan 160 kasus, sementara bulan terendah adalah Februari dengan 105 kasus. Fluktuasi jumlah komplain tiap bulan menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Adapun faktor-faktor permasalahan tersebut seperti:

1. Palembang sebagai wilayah tropis sering mengalami hujan musiman yang berdampak pada layanan
2. Pada masa libur sekolah, hari besar, atau *Work From Home* internet meningkat drastis, hal ini bisa menyebabkan koneksi lambat atau tidak stabil karena kapasitas jaringan melebihi batas normal

3. Pemeliharaan rutin atau kerusakan perangkat jaringan dapat menyebabkan gangguan layanan di area tertentu, komplain bisa melonjak di area yang terdampak pemadaman jaringan atau *maintenance massal*.
4. Komplain juga sering terjadi karena tagihan tidak sesuai, denda tak diketahui, atau pemutusan layanan otomatis, ini umum terjadi awal atau akhir bulan saat siklus penagihan berlangsung.
5. Jika penanganan komplain lambat atau berlarut-larut, pelanggan cenderung melaporkan ulang atau makin banyak pelanggan ikut melapor, ini bisa memperbesar angka komplain dalam satu bulan tertentu.
6. Ketika terjadi promosi besar-besaran atau lonjakan pemasangan baru, kapasitas layanan teknis bisa kewalahan, memicu keluhan atas instalasi lambat atau sinyal belum aktif.
7. Sebagian pelanggan mengeluhkan masalah teknis ringan yang sebenarnya bisa diselesaikan sendiri (seperti *restart modem*), namun mereka belum mendapat edukasi yang cukup.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya maka permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome?
2. Apakah Hubungan pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome?
3. Apakah Pengalaman Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan membuktikan :

1. Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome.
2. Pengaruh Hubungan pelanggan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome.
3. Pengaruh Pengalaman Pelanggan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome.

4. Pengaruh Kepercayaan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang di peroleh dari hasil penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, serta menambah wawasan mengenai Pengaruh Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Telkom Indonesia Produk Indihome.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Produk Indihome dalam melihat dan membuat keputusan terkait Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan

3. Bagi almamater

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis atau sebagai referensi bagi mereka yang membutuhkan informasi dalam bidang pemasaran khususnya Hubungan pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk dijadikan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kasus Kasus Pilihan*. Yogyakarta: Yogyakarta. CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Bachri. 2018. *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Bagasworo, W., & Hardiani, V. 2016. *Pengaruh Hubungan pelanggan dan Customer Experience Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Konsumen di Sisha Cafe Kemang)* Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan. ISSN : 2302-4119. Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan., 2(3), 110–118.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. 2018. *The Service-Quality Puzzle*
- Buttle, Francis. 2018. *Customer Relationship Management (Manajemen. Hubungan Pelanggan)*. Bayumedia. Jakarta
- Chaudhuri and Holbrook. 2021. *Using Free Association To Examine The Relationship Between Thecharacteristics Of Brand Associations And Brand Equity*. Journal of product and brand management, 10(7), 439-451
- Dewi, I. T., & Hasibuan, M. I. 2016. *Pengaruh Pengalaman Pelanggan (Customer Experience) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Kuliner Jawa Rantaprapat. ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 3(1), 93-103. Donni. juni. priansa, 2017, Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- Gaffar. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi
- Hasan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irpan, M. 2024. *Pengaruh Hubungan pelanggan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Muara Cosmetics Tasikmalaya)*.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

kumar dan reinartz. 2012. *The Hubungan pelanggan . strategi t.* london: spinger.

Kuncoro, Mudrajad. 2018. *Metode Kuantitatif (Teori dan Aplikasi untuk Bisnis dan Ekonomi)*. 5th ed. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.

Maharani, A.D. 2016. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Pengabdian et al., 2019. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.

Pranoto, Roberto Gunawan., & Hartono Subagio, S. M. 2015. *Analisa Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Satisfaction Pada Konsumen Di Rosetta's Cafe & Resto Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra , pp. 2

Rojuaniah, R., Savira, K. P., Syah, T. Y. R., Havidz, I. L. H., & Winanta, T. T. 2024. *Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Kepuasan, dan Perilaku Keluhan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Ekonomis: Journal of Economics and Business, 8(1), 329-336.

Tjiptono, Fandy. 2019, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.

Said. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpretama Mandiri.

Schmitt, B. 2019. *Experiential Marketing*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 37–41.

Semuel. Dharmayanti. 2013. *Metode Penelitian Proses Penelitian Praktis*. Bandung: Cipta Pustaka Media

Setiawan, D. Y., Widiyanto, N. P., Amedia, B. T., & Kusmayati, N. K. 2024. *Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Marketplace Shopee*. MIMBAR ADMINISTRASI FISIP UNTAG Semarang, 21(1), 198-208.

Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet

Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik, Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan (Ke-1)*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.

Sungkawati, Dkk, 2022. *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.

Yudi, U., & Wasino, H. 2023. *Pengaruh Customer Relationship Management, Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas Pelanggan di Starbucks Kelapa Gading*. Panorama Nusantara, 18(1).