

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN, KEPUASAN PELANGGAN
DAN WOM (*WORD OF MOUTH*) TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN TOKO PEMPEK CITRA**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh :

Yustika

NPM : 1901110232

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2026

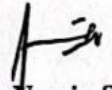
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

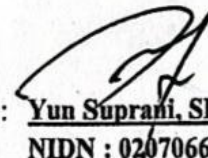
Nama : Yustika
Nomor Pokok/NPM : 1901110232
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra

Pembimbing Skripsi

Tanggal 15-4-2026

Pembimbing I : 
Lusia Nargis, SE, M.Si
NIDN : 0222036101

Tanggal 15-4-2026

Pembimbing II : 
Yun Suprani, SE, M.Si
NIDN : 0207066701

Mengetahui :

Dekan


Tanggal 15-4-2026



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

Ketua Program Studi

Tanggal 15-4-2026

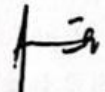


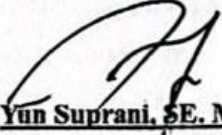
Dr. Yolanda Veybitha, SE, M.Si
NIDN: 0226028303

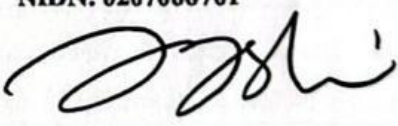
UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yustika
Nomor Pokok/NPM : 1901110232
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra

Penguji Skripsi :
Tanggal 15-4-2026 Ketua Penguji : 
Lusia Nargis, SE, M.Si
NIDN/0222036101


Tanggal 15-4-2026 Penguji I : 
Yun Suprani, SE, M.Si
NIDN. 0207066701

Tanggal 15-4-2026 Penguji II : 
Hj. Agustina Marzuki, SE, M.Si
NIDN. 0008086502


Mengesahkan :

Dekan
Tanggal 15-4-2026




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

Ketua Program Studi
Tanggal 15-4-2026


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

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yustika
Nomor Pokok/NPM : 1901110232
Angkatan : 2019
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Study : Pemasaran
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra

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, 15 April 2026

Peneliti,



Yustika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
<i>ABSTRACT</i>	xv
RIWAYAT HIDUP	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	7
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	7
2.1.2 Kepercayaan	10
2.1.3 Kepuasan Pelanggan	14
2.1.4 Wom (<i>Word Of Mouth</i>)	18
2.2 Penelitian lain Yang Relevan	22
2.3 Kerangka Berfikir	24
2.4 Hipotesis	25
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Tempat Penelitian	26

3.1.2	Waktu Penelitian	26
3.2	Sumber dan Teknik Peumpulan Data	27
3.2.1	Sumber Data	27
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	27
3.3	Populasi ,Sampel dan Teknik sampling	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2.	Sampel dan Teknik Sampling	30
3.4	Rancangan Penelitian	32
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	32
3.5.1	Variabel Penelitian	32
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	33
3.6	Instrumen Penelitian	35
3.7	Uji Instrumen	36
3.7.1	Uji Validitas	36
3.7.2	Uji Reliabilitas	36
3.8	Teknik Analisa Data	37
3.8.1	Analisis Statistik Deskriptif	37
3.8.2	Analisis Statistik Inferensial	37
3.9	Uji Hipotesis	41
3.9.1	Uji Simultan (Uji F)	41
3.9.2	Uji Parsial (Uji t)	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian	44
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	44
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas	45
4.1.2.1	Struktur Organisasi	45
4.1.2.2	Uraian Tugas	45
4.1.3	Pembahasan dan interpretasi	48
4.1.3.1	Deskripsi Profil Responden	48
4.1.3.2	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.3.3	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	49

4.1.3.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	50
4.1.4.1	Uji Validitas	50
4.1.4.2	Uji Reliabilitas	55
4.1.5	Hasil Analisis Statistik Deskriptif	56
4.1.6	Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.1.6.1	Hasil Uji Normalitas	57
4.1.6.2	Hasil Uji Multikolinieritas	58
4.1.6.3	Hasil Uji Heteroskedasitas	58
4.1.7	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	59
4.1.8	Hasil Analisis Koefisien Korelasi	61
4.1.9	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	62
4.1.10	Hasil Uji Hipotesis Penelitian	63
4.1.10.1	Hasil Uji Simultan (Uji F)	63
4.1.10.2	Hasil Uji Parsial (Uji t)	64
4.2	Pembahasan Penelitian	65
4.2.1	Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (<i>Word Of Mouth</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.	65
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.	66
4.2.3	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.	67
4.2.4	Pengaruh Wom (<i>Word Of Mouth</i>) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

ABSTRAK

Yustika, Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra (Di bawah bimbingan Ibu Lusia Nargis, SE, M.Si dan Ibu Yun Suprani, SE. M.Si)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 98 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 terdapat pengaruh Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Persamaan regresi linier berganda $Y = 3,511 + 0,167 X_1 + 0,219 X_2 + 0,497 X_3$. Kepercayaan memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Karyawan Pada PT Indomarco Prismatama Palembang dengan signifikan sebesar $0,004 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Kepuasan Pelanggan memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra dengan signifikan sebesar $0,002 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Wom (*Word Of Mouth*) memiliki pengaruh secara parsial dengan Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra dengan signifikan sebesar $0,00 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima

Kata Kunci : Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Wom (*Word Of Mouth*), Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Yustika, *The Influence of Customer Trust, Customer Satisfaction, and Word of Mouth on Customer Loyalty at Pempek Citra Shop (Under the guidance of Ms. Lusia Nargis, SE, M.Si., and Ms. Yun Suprani, SE.M.Si.)*

This study aims to determine the influence of Customer Trust, Customer Satisfaction, and Word of Mouth on Customer Loyalty at Pempek Citra Shop. The sample size for this study was 98 people. 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 there is an influence of Trust, Customer Satisfaction and Wom (Word Of Mouth) which have a simultaneous influence on the Customer Loyalty variable of Pempek Citra Store 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 $Y = 3.511 + 0.167 X_1 + 0.219 X_2 + 0.497 X_3$. Trust has a partial influence on Employee Loyalty at PT Indomarco Prismatama Palembang with a significance of $0.004 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted. Customer Satisfaction has a partial influence on Customer Loyalty of Pempek Citra Store with a significance of $0.002 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted. Wom (Word of Mouth) has a partial influence on Customer Loyalty at the Citra Pempek Shop with a significance of $0.00 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted.

Keywords: Customer Trust, Customer Satisfaction, WOM (Word of Mouth), Customer Loyalty

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kuliner khas Palembang, khususnya pempek, merupakan salah satu ikon yang memiliki daya tarik kuat di kalangan masyarakat lokal maupun wisatawan. Persaingan industri kuliner yang semakin meningkat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu mempertahankan kualitas produk, memberikan pelayanan terbaik, serta membangun citra usaha yang positif di mata konsumen. Toko Pempek Citra sebagai salah satu UMKM kuliner di Palembang hadir menawarkan berbagai jenis pempek dengan cita rasa autentik dan harga yang kompetitif. Dalam perkembangan usahanya, Toko Pempek Citra berupaya menjaga kualitas bahan baku, rasa, serta inovasi produk untuk memenuhi preferensi konsumen yang semakin beragam. Namun demikian, tantangan seperti perubahan perilaku konsumen, peningkatan persaingan toko sejenis, hingga tuntutan akan pelayanan yang cepat dan memuaskan, menjadi aspek penting yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, diperlukan upaya pengelolaan yang lebih strategis agar Toko Pempek Citra mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Menurut Sari (2020:26-27) loyalitas pelanggan adalah suatu rasa komitmen yang dipegang erat pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk secara konsisten dan berulang. Hal ini menyatakan bahwa walaupun pelanggan mendapatkan pengaruh situasional dan marketing dari pesaing, konsumen tersebut akan tetap melakukan pembelian suatu produk yang sama secara berulang.

Menurut Mowen (2021:312) kepercayaan pelanggan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh pelanggan dan semua kesimpulan yang dibuat pelanggan tentang objek, atribut, dan manfaatnya. Sedangkan menurut Kanuk dan Schiffman (2020:30) kepercayaan secara umum dipandang sebagai unsur mendasar bagi keberhasilan suatu hubungan. Tanpa kepercayaan suatu hubungan tidak akan bertahan dalam jangka waktu panjang. Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk bersandar pada mitra bisnis yang dipercayai

Menurut Timur (2022:42) menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan. Secara umum, kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan pelanggan. Sedangkan menurut Sernovitz (2022:6) kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perasaan senang atau kecewa yang muncul pada diri pelanggan setelah membandingkan antara harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan dengan kinerja nyata yang mereka rasakan. Jika kinerja produk atau layanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan mencerminkan sejauh mana kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan dapat terpenuhi oleh perusahaan melalui produk dan layanan yang diberikan.

Menurut Kotler dan Keller (2020: 645) *Word of mouth* (WOM) adalah alat pemasaran yang kuat dan merupakan salah satu pendorong penjualan yang paling efektif, bersama dengan kesadaran iklan. Beberapa merek telah dibangun hampir secara eksklusif dari mulut ke mulut. Pemasaran dari mulut ke mulut menemukan cara untuk melibatkan pelanggan sehingga mereka akan memilih untuk berbicara secara positif dengan orang lain tentang produk, layanan, dan merek. Viral marketing mendorong orang untuk bertukar informasi online terkait dengan produk atau layanan

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Toko Pempek Citra, ditemukan bahwa masih terdapat beberapa kendala yang memengaruhi kepercayaan, kepuasan, serta dorongan pelanggan untuk melakukan *Word of Mouth* positif. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa kualitas rasa pempek terkadang tidak konsisten, sehingga menimbulkan keraguan terkait kepercayaan terhadap standarisasi produk. Selain itu, ada pelanggan yang merasa pelayanan pegawai belum selalu ramah dan responsif, sehingga mengurangi tingkat kepuasan saat bertransaksi. Di sisi lain, meskipun sebagian pelanggan memberikan rekomendasi kepada orang lain, masih ada yang enggan melakukan *Word of Mouth* karena merasa pengalaman mereka belum sepenuhnya memuaskan. Kondisi ini secara tidak langsung berdampak pada loyalitas pelanggan, di mana beberapa pelanggan belum tentu melakukan pembelian ulang secara rutin dan masih mempertimbangkan toko pempek lain sebagai alternatif. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana kepercayaan, kepuasan pelanggan, dan *Word of Mouth*

memengaruhi loyalitas pelanggan di Toko Pempek Citra, agar usaha ini mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan konsumennya dengan lebih efektif.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "**Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra**".

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) berpengaruh secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra?
2. Apakah Kepercayaan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra?
3. Apakah Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra?
4. Apakah Wom (*Word Of Mouth*) berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) berpengaruh secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.
2. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.
3. Pengaruh Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.
4. Pengaruh Wom (*Word Of Mouth*) berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.

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 Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Pempek Citra.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu Toko Pempek Citra dalam melihat dan membuat keputusan terkait Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) 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 Kepercayaan Pelanggan, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (*Word Of Mouth*) yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk dijadikan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, T., Zufriah, D., & Fathoni, M. I. 2025. *Pengaruh Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada E-Commerce Shopee*. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 12(1), 66-74.
- Andy, Sernovitz. 2020. *Word of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking*. New York : Kaplan Publishing
- Bachri. 2020. *Metode penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*. 19(02), 226–233.
- Bastian, J., & Widodo, S. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Station Sato Petshop Cibinong Kabupaten Bogor*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 2(1), 29-35.
- Donni Juni. 2019. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: CV Alfabeta
- Fakhri, R. (2022). *Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan toko buku fadira pekanbaru*. *Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 13(3), 290-298.
- Ilmu, F., Institut, A., Sosial, I., & Manajemen, D. (2019). *Kepuasan Pelanggan Abdul Gofur*. 4(1), 37–44.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2020. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- 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. 2020. *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Putra, R., Manajemen, M. D., Harga, P., Produk, K., & Produk, K. (2021). *Determinasi Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Kualitas Produk , Citra Merek Dan Persepsi Harga (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 2(4), 516–524.

- Timur, J. J. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap*. 7(2).
- Tjiptono, Fandy. 2019, *Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Said. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet
- Sungkawati, Dkk, 2022. *Perilaku Konsumen (Suatu Pengantar)*. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara.
- Utomo, S. E. T. 2019. *Pengaruh Lokasi, Kepuasan Pelanggan Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Score Futsal Stadium Dukuwaluh)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Yuda, I. G. H. W., & Suartina, I. W. 2022. *Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Dupa Bali Shanti di Gianyar*. WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, 2(3), 697-706.