

**PENGARUH HUBUNGAN PELANGGAN, PENGALAMAN
PELANGGAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN PADA TAKI COFFEE & EATERY PALEMBANG**

SKRIPSI

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



Diajukan Oleh :

YUDHA HERU PRASETYO

NPM : 2101110218

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Yudha Heru Prasetyo
Nomor Pokok/NPM : 2101110218
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang

Pembimbing Skripsi

Tanggal 14 April 2025 Pembimbing I : Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si
NIDN : 0226028303



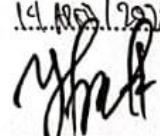
Tanggal 15 April 2025 Pembimbing II : Dr. Dian Yulistarini, S. TP, M. M., M. Si., C. CL
NIDN : 0222118101



Mengetahui :

Dekan
Tanggal 17 April 2025

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

Ketua Program Studi
Tanggal 14 April 2025

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

**UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Yudha Heru Prasetyo
Nomor Pokok/NPM : 2101110218
Jurusan/Prog.Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul skripsi : Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang

Penguji Skripsi :
Tanggal 14 April 2025 Ketua Penguji : Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si
NIDN : 0226028303


Tanggal 15 April 2025 Penguji I : Dr. Dian Yulistarini, S. TP, M. M., M. Si.,
NIDN : 0222118101

Tanggal 14 April 2025 Penguji II : Mariyam Zanariah, SE.,MM
NIDN. 0222096301

Mengesahkan :

Dekan
Tanggal 17 April 2025

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

Ketua Program Studi
Tanggal 14 April 2025

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

MOTO DAN PERSEMBAHAN

“Akhir dari Sebuah Perjalanan, Awal dari Impian yang Lebih Besar.”

“Langkah Kecil Hari Ini, Kesuksesan Besar di Masa Depan.”

“Berjuang, Bertahan, Berhasil.”

“Ilmu untuk Diamalkan, Gelar untuk Dipertanggungjawabkan.”

“Dari Kampus Menuju Dunia.”

Ku Persembahkan Kepada:

- Allah Swt
- Kedua Orang Tuaku
- Kak Riska Tri Wahyuni
- Dan Saudaraku Adik
Maupun Kakak
- Dan Teman” Sekalian

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yudha Heru Prasetyo
Nomor Pokok/NPM : 2101110218
Angkatan : 2021
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Study : Manajemen Pemasaran
Program Pendidikan : Strata 1 (S1)
Judul Skripsi : Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pclanggan Pada Taki Coffcc & Eatcry Palcmbang

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,

2026

Peneliti,



Yudha Heru Prasetyo

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal ini. Proposal yang berjudul "**Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang**". Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi program sarjana Strata 1 (satu) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.

Penulis menyadari masih terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, penulis sangat bersyukur karna dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S Selaku Rektor Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. Hj. Msy. Mikial, SE, Msi,AK,CA,CSRS Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si Selaku ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti dan dosen pembimbing 1 yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya
4. Ibu Dr. Dian Yulistarini, S. TP, M. M., M. Si., C. CL Selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam

penyusunan Skripsi ini sehingga dapat selesai tepat pada waktunya.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen yang telah memberikan bekal ilmu selama masa studi di Fakultas Ekonomi.
6. Kepada kedua orang tua tercinta

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang membutuhkan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Sehingga dapat membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik kepada penulis. Serta diharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak – pihak yang membutuhkan.

Palembang, 2026
Penulis

Yudha Heru Prasetyo

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.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
RIWAYAT HIDUP	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Loyalitas Pelanggan	8
2.1.2 Hubungan Pelanggan	15
2.1.3 Pengalaman Pelanggan	20
2.1.4 Kepercayaan	23
2.2 Penelitian lain yang relevan	31
2.3 Kerangka Berfikir	34
2.4 Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tempat Dan Waktu Penelitian	38

3.1.1	Tempat Penelitian	38
3.1.2	Waktu Penelitian	38
3.2	Sumber Dan Teknik Peumpulan Data.....	39
3.2.1	Sumber Data.....	39
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3	Populasi Dan Sampel	40
3.3.1	Populasi	41
3.3.2	Sampel.....	42
3.4	Rancangan Penelitian.....	43
3.5	Variabel dan Definisi Operasional	44
3.5.1	Variabel Penelitian.....	44
3.5.2	Definisi Operasional Variabel.....	44
3.6	Instrumen Penelitian.....	48
3.6.1	Uji Validitas	48
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.7	Teknik Analisa Data.....	49
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	49
3.7.2	Analisis Statistik Inferensial.....	50
3.8	Uji Hipotesis	53
3.8.1	Uji Simultan (Uji F).....	53
3.8.2	Uji Parsial (Uji t).....	53
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Hasil Penelitian.....	56
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	56
4.1.2	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	57
4.1.2.1	Struktur Organisasi	57
4.1.2.2	Uraian Tugas.....	58
4.1.3	Deskripsi Profil Responden.....	58
4.1.3.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
4.1.3.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	59
4.1.3.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60

4.1.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
4.1.4.1	Uji Validitas	60
4.1.4.2	Uji Reliabilitas.....	65
4.1.5	Analisis Statistik Deskriptif	66
4.1.6	Uji Asumsi Klasik.....	67
4.1.6.1	Uji Normalitas.....	67
4.1.6.2	Uji Multikolinieritas	68
4.1.6.3	Uji Heteroskedasitas	68
4.1.7	Regresi Linear Berganda	69
4.1.8	Koefisien Korelasi	71
4.1.9	Koefisien Determinasi	72
4.1.10	Uji Hipotesis Penelitian	73
4.1.10.1	Uji Simultan (Uji F).....	73
4.1.10.2	Uji Parsial (Uji t).....	73
4.2	Pembahasan Penelitian	75
4.2.1	Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.....	75
4.2.2	Pengaruh Hubungan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.....	76
4.2.3	Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.....	76
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan	4
Tabel 2.1	Penelitian lain Yang Relevan	31
Tabel 3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	38
Tabel 3.2	Operasional Variabel	45
Tabel 3.3	Skala Likert	48
Tabel 3.4	Kriteria Hubungan Dua Variabel	52
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	60
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Hubungan Pelanggan (X_1)	61
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Pengalaman Pelanggan (X_2)	62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X_3)	63
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Lingkungan Loyalitas Pelanggan (Y)	64
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif	66
Tabel 4.10	Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.11	Hasil uji Analisis Linier Berganda	70
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefesien Korelasi	71
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefesien Determinasi	72
Tabel 4.14	Hasil Uji F	73
Tabel 4.16	Hasil Uji t	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	31
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	57
Gambar 4.2 Uji Normalitas	67
Gambar 4.3 Uji Heteroskedasitas.....	69

ABSTRAK

YUDHA HERU PRASETYO, Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang (Di bawah bimbingan Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si dan Dr. Dian Yulistarini, S. TP, M. M., M. Si., C. CL)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang. 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 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Persamaan regresi linier berganda $Y = 1,876 + 0,091 X_1 + 0,134 X_2 + 0,726 X_3$. Variabel Hubungan Pelanggan memiliki pengaruh secara persial dengan Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang dengan signifikan sebesar $0,007 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Variabel Pengalaman Pelanggan memiliki pengaruh secara persial dengan Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang dengan signifikan sebesar $0,001 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima. Variabel Kepercayaan memiliki pengaruh secara persial dengan Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang dengan signifikan sebesar $0,000 < \alpha (0,05)$ artinya H_0 ditolak atau H_a diterima.

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

ABSTRACT

YUDHA HERU PRASETYO, *The Influence of Customer Relationships, Customer Experience, and Trust on Customer Loyalty at Taki Coffee & Eatery, Palembang (Under the guidance of Dr. Yolanda Veybitha, SE. M.Si., and Dr. Dian Yulistarini, S.TP., M.M., M.Si., C.CL)*

This study aims to determine the influence of customer relationships, customer experience, and trust on customer loyalty at Taki Coffee & Eatery, Palembang. 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 26

The results of the study indicate that there is an influence of Customer Relationship, Customer Experience and Trust that have a simultaneous influence on the Customer Loyalty variable at Taki Coffee & Eatery Palembang 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 $Y = 1.876 + 0.091 X_1 + 0.134 X_2 + 0.726 X_3$. The Customer Relationship variable has a partial influence on Customer Loyalty at Taki Coffee & Eatery Palembang with a significance of $0.007 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted. The Customer Experience variable has a partial influence on Customer Loyalty at Taki Coffee & Eatery Palembang with a significance of $0.001 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted. The Trust variable has a partial influence on Customer Loyalty at Taki Coffee & Eatery Palembang with a significance of $0.000 < \alpha (0.05)$ meaning that H_0 is rejected or H_a is accepted.

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

RIWAYAT HIDUP

YUDHA HERU PRASETYO, Palembang, 21 Juli 2001 dari Bapak Suwandi dan Ibu Endang Wulandari.

Sekolah Dasar diselesaikan pada tahun 2012 di Sekolah Dasar SD Negeri 206 Palembang. Sekolah Menengah Pertama diselesaikan pada tahun 2016 di SMP Negeri 08 Palembang. Sekolah Menengah Atas diselesaikan pada tahun 2019 di SMK Negeri 4 Palembang. Pada tahun 2021 melanjutkan Pendidikan ke Program Studi Strata I Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Tridinanti Palembang.

Palembang, 2026

Yudha Heru Prasetyo

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang mengalami perkembangan pesat di Kota Palembang, seiring dengan meningkatnya gaya hidup masyarakat yang gemar bersosialisasi dan mencari tempat makan dengan konsep yang unik serta nyaman. Persaingan yang ketat di industri kuliner mendorong setiap pelaku usaha untuk terus berinovasi, baik dalam hal menu, pelayanan, maupun suasana tempat. Taki Coffee & Eatery Palembang hadir sebagai salah satu kafe modern yang menawarkan konsep kekinian dengan perpaduan antara cita rasa kuliner yang berkualitas dan tempat yang menarik bagi berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Namun, di tengah banyaknya kafe dan restoran yang bermunculan, Taki Coffee & Eatery dituntut untuk mampu menjaga konsistensi dalam pelayanan, kualitas produk, serta membangun hubungan yang baik dengan pelanggan agar tetap menjadi pilihan utama. Dengan demikian, memahami dinamika bisnis kuliner dan perilaku konsumen menjadi hal penting bagi Taki Coffee & Eatery Palembang untuk meningkatkan daya saing serta mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah perubahan tren dan preferensi masyarakat yang terus berkembang.

Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu perusahaan berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Loyalitas pelanggan sangat penting artinya bagi perusahaan yang menjaga kelangsungan usahanya maupun kelangsungan kegiatan usahanya. Pelanggan yang setia adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk dan pelayanan yang diberikan,

sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang konsumen kenal

Hubungan pelanggan merupakan upaya strategis yang dilakukan perusahaan untuk membangun, memelihara, dan memperkuat interaksi jangka panjang dengan pelanggan guna menciptakan kepuasan dan loyalitas. Hubungan pelanggan atau *customer relationship* adalah proses menciptakan dan mempertahankan hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan melalui penyampaian nilai dan kepuasan yang berkelanjutan.

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.

Kepercayaan pelanggan merupakan suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap bisnis, produk, jasa, atau layanan yang ditawarkan perusahaan. Keyakinan tersebut meliputi fungsi, manfaat, hingga kualitas dari produk atau jasa itu sendiri .

Taki Coffee & Eatery Palembang merupakan salah satu kafe modern yang berlokasi di Kota Palembang dan dikenal dengan konsepnya yang estetik, nyaman, serta cocok untuk tempat bersantai, bekerja, maupun berkumpul bersama teman dan keluarga. Kafe ini menyajikan berbagai pilihan menu kopi, minuman non-kopi, serta hidangan makanan ringan hingga berat dengan cita rasa yang disesuaikan dengan selera masyarakat urban. Sejak berdiri, Taki Coffee & Eatery berkomitmen

untuk memberikan pengalaman terbaik bagi setiap pelanggan melalui pelayanan yang ramah, suasana yang hangat, serta kualitas produk yang konsisten.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Taki Coffee & Eatery Palembang, ditemukan sejumlah permasalahan yang berkaitan dengan hubungan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa hubungan pelanggan menurun karena komunikasi antara pihak kafe dan pelanggan masih kurang intensif, terutama dalam hal pemberian informasi mengenai promo yang sedang berlangsung. Dari sisi pengalaman pelanggan, beberapa pelanggan mengeluhkan konsistensi dalam kualitas pelayanan, seperti lamanya waktu penyajian, karyawan kurang ramah. Selain itu, kepercayaan pelanggan juga sedikit menurun karena adanya persepsi bahwa harga yang ditawarkan tidak selalu sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan, karena sebagian pelanggan menyatakan masih membandingkan Taki Coffee & Eatery dengan kafe lain yang menawarkan pelayanan dan pengalaman yang lebih konsisten. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan hubungan, pengalaman, dan kepercayaan pelanggan menjadi aspek penting untuk menjaga serta meningkatkan loyalitas pelanggan di Taki Coffee & Eatery Palembang.

Berikut ini data jumlah pelanggan yang ada pada Taki Coffee & Eatery Palembang.

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Taki Coffee & Eatery Palembang
Bulan Juli-September 2025

No	Bulan	Jumlah Pelanggan
1	Juli	1450
2	Agustus	1422
3	September	1368
Jumlah		4240

Sumber : Taki Coffee & Eatery Palembang, 2025

Penurunan jumlah pelanggan Taki Coffee & Eatery Palembang pada Bulan Juli–September 2025 terjadi karena melemahnya kualitas hubungan pelanggan, pengalaman pelanggan, dan kepercayaan yang mereka rasakan selama berkunjung. Ketiga aspek ini menimbulkan kekecewaan dan membuat pelanggan tidak lagi merasa puas maupun dihargai. Akibatnya, banyak pelanggan mengurangi frekuensi kunjungan, beralih ke kafe lain dan pada akhirnya menyebabkan menurunnya loyalitas pelanggan terhadap Taki Coffee & Eatery Palembang.

Fenomena diatas diperkuat dengan adanya *research gap* dari variabel yaitu Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang sebagai berikut :

Menurut Ingepuri et al., (2025) dengan judul “Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan (*Perceived Value*) sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Kecil di Kabupaten Muaro Jambi” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai yang dirasakan terbukti memediasi pengaruh

antara pengalaman pelanggan dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut Ramadhani & Nurhadi (2022) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kepuasan Konsumen Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Air Mineral Merek Aqua” Hasil analisis menunjukkan bahwa citra merek, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Citra merek, kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan.

Menurut Fadillah (2025) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pelita Nusantara” Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. (2) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. (3) Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. (4) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan. (5) Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kepercayaan Pelanggan, dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang”**.

1.2 Perumusan Masalah

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

1. Apakah Hubungan Pelanggan, Pengalaman Pelanggan Dan Kepercayaan berpengaruh secara simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang?
2. Apakah Hubungan Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang?
3. Apakah Pengalaman Pelanggan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang?
4. Apakah Kepercayaan berpengaruh secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang?

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 Taki Coffee & Eatery Palembang.
2. Pengaruh Hubungan Pelanggan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.
3. Pengaruh Pengalaman Pelanggan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.

4. Pengaruh Kepercayaan secara parsial Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Taki Coffee & Eatery Palembang.

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 Taki Coffee & Eatery Palembang.

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 Pada Taki Coffee & Eatery Palembang

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 Terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai dasar perbandingan untuk dijadikan evaluasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alda D, A., Silvy L, M., & Soepeno Djurwati. (2025). Pengaruh Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Pengalaman Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Jurusan Manajemen Unsrat. *Jurnal EMBA*, 13(1), 195–205.
- Dinda Nurhaliza Putri Diana, & AG Sudibyo. (2023). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Kepuasan Pelanggan Maxim. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(3), 1120–1123. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i3.9622>
- Elisabeth Saron Kumambow. (2023). *Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Kualitas Pelayanan Dan Loyalty Program Terhadap Loyalitas Customer Di Pt. Toys Games Indonesia Queen City Mall Semarang*.
- Eka Purnama Sari. (2024). *Loyalitas Pelanggan*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Fadillah, N., Hastuti, J., Tinggi, S., Administrasi, I., & Nusantara, P. (2025). *Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan shopee pada mahasiswa sekolah tinggi ilmu administrasi pelita nusantara*.
- Hidayah, A., & Zaini, A. (2024). Pengaruh pengalaman pelanggan dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 25–37.
- Indah Putriyatni, & M. Khoiri. (2023). Pengaruh Pengalaman , Kepuasan , Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek Di Kota Batam. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 178–185.
- Ingepuri, P., Lubis, T. A., & Solikhin, A. (2025). Pengaruh Pengalaman Pelanggan dan Kepercayaan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai yang Dirasakan (Perceived Value) sebagai Variabel Mediasi pada Usaha Kecil di Kabupaten Muaro Jambi. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 9(1), 309. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v9i1.2353>
- Jochen Wirtz, & Lovelock, C. (2022). *Service Marketing Mix*. In *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*.
- Lorensia, S., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening pada Gojek di Yogyakarta. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 816.

- Nitema Gulo dkk. (2025). *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Banten: PT Sada Kurnia Pustaka
- Oliver, J. (2019). *Buku Manajemen*. Hilon Tensados
- Putri,dkk (2023) Pengaruh Strategi Pemasaran Digital, Manajemen Hubungan Pelanggan dan Proposisi Nilai terhadap Loyalitas Pelanggan. *Dinasti Accounting Review*, 2(3), 137–147.
- Pradana, (2025) Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Hubungan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 5(2), 76–85. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v5i2.1834>
- Ramadhani, M., & Nurhadi. (2022). The Influence of Brand Image, Customer Satisfaction, and Trust on Customer Loyalty for Aqua Mineral Water Brand. *Scientific Journal of Economics and Business of Multi Data University Palembang*, 11(2), 200–214.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Wulandari, Dkk. (2023). *Manajemen Hubungan Pelanggan*. Banten: PT Sarda Kurnia Pustaka.
- Yutiandry dkk. (2025). *Kunci Sukses Pemasaran Modern*. Jambi: PT Nawala Gama Education.

