

ABSTRAK

Ela Nurohmah, NIM 3402220026. “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan (Suatu Studi pada Pelanggan Toko Pandawa Perabot di Ciamis)”. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Nana Darna, S.E., M.M., (Pembimbing I) dan Ibu Hj. Nina Herlina, Ir., M.M., (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Retensi Pelanggan (Suatu Studi Pada Pelanggan Toko Pandawa Perabot di Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan pada Toko Pandawa Perabot di Ciamis? 2) Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan pada Toko Pandawa Perabot di Ciamis? 3) Bagaimana pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan pada Toko Pandawa Perabot di Ciamis?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) Pengaruh kepercayaan terhadap retensi pelanggan, 2) Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan, 3) Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan pada Toko Pandawa Perabot di Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan pendekatan kuantitatif dan analisis data deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi kepustakaan, dan penyebaran kuesioner kepada 99 responden yang terpilih melalui teknik *simple random sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap retensi pelanggan dengan tingkat hubungan tinggi ($r = 0,849$ dan $t_{hitung} 15,824 > t_{tabel} 1,985$). Besarnya pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap retensi pelanggan adalah 72,08% sedangkan sisanya sebesar 27,92% dipengaruhi oleh faktor lain seperti kualitas fisik produk dan harga. Kepuasan pelanggan juga berpengaruh terhadap retensi pelanggan dengan tingkat hubungan tinggi ($r = 0,789$ dan $t_{hitung} 12,647 > t_{tabel} 1,985$). Besarnya pengaruh antara variabel kepuasan pelanggan terhadap retensi pelanggan adalah 62,25%. Sedangkan sisanya sebesar 37,75% dipengaruhi oleh faktor lain seperti reputasi toko dan kemudahan dalam sistem pembayaran. Secara simultan (bersama-sama), kepercayaan dan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap retensi pelanggan ($F_{hitung} 143,935 > F_{tabel} 3,09$). Besarnya pengaruh gabungan kedua variabel tersebut adalah 75,00%. Sedangkan sisanya sebesar 25,00% dipengaruhi oleh faktor lain seperti lokasi toko, harga dan ragam jenis produk.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan, dan Retensi Pelanggan