

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MINIMARKET  
CV. MM GRAND HI**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**SUHARTINI**

**20612010070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN PALEMBANG**

**2024**

**PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MINIMARKET  
CV. MM GRAND HI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi pada Program Strata 1 (S1)  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan**



**UNIVERSITAS  
SUMATERA SELATAN**

**OLEH**

**SUHARTINI**

**20612010070**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN PALEMBANG**

**2024**

**PENGESAHAN**

**Telah diterima dan disahkan oleh Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan sebagai persyaratan untuk mengakhiri studi pada Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Selatan**

**Hari : Kamis**

**Tanggal : 08 Agustus 2024**

**Pj. Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Sumatera Selatan,**



**Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D**

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket CV. MM Grand HI**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket CV. MM. Grand HI. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang berbelanja di minimarket tersebut. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*. Sampel yang di ambil sebanyak 97 orang dengan menggunakan teori perhitungan rumus *Lemeshow* dengan teknik pengumpulan data kuesioener, wawancara serta dokumentasi. Data sekunder dikumpulkan dari tempat penelintian, studi pustaka dan internet. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan berpengaruh positif dan signifikan antara Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan CV. MM grand HI.

**Kata Kunci :** Kepuasan pelanggan, kepercayaan dan loyalitas pelanggan

## **ABSTRACT**

### ***The Effect of Satisfaction and Trust on Customer Loyalty Minimarket CV. MM Grand HI***

*The purpose of this study was to determine the Effect of Satisfaction and Trust on Customer Loyalty Minimarket CV. MM. Grand HI. This research is a type of descriptive research with a quantitative approach that aims to determine the relationship between one independent variable and the dependent variable. The population in this study were customers who shopped at the minimarket. Sampling using purposive sampling method. The sample taken was 97 people using the theory of calculation of the Lemeshow formula with data collection techniques questionnaires, interviews and documentation. Secondary data is collected from research sites, literature studies and the internet. The data analysis technique in this study is multiple linear regression analysis techniques. The results of this study indicate a positive and significant effect between Satisfaction and Trust on Customer Loyalty CV. MM grand HI.*

**Keywords:** *Customer satisfaction, trust and customer loyalty*