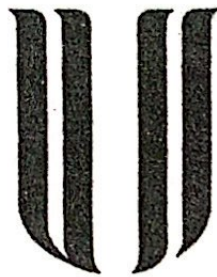


**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA BETUAH
PANGKALAN BALAI**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

**NOVITA SARI
20612010021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA BETUAH
PANGKALAN BALAI**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Selatan



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH

**NOVITA SARI
20612010021**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
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 : Sabtu

Tanggal : 10 Agustus 2024

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



Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc, P.hD

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Tirta Betuah Pangkalan Balai. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 Orang. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen digunakan analisis regresi berganda. Hasil analisis regresi dan uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel kepercayaan (X2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas (Y).

Kata Kunci : kualitas pelayanan, variabel kepercayaan, loyalitas

ABSTRACT

This research aims to: determine the influence of service quality and trust on consumer satisfaction at PDAM Tirta Betuah Pangkalan Balai. The sample taken in this research was 98 people. To determine the effect of service quality and trust on consumer satisfaction, multiple regression analysis was used. The results of regression analysis and hypothesis testing show that the service quality variable (X1) and the trust variable (X2) have a positive and significant influence on loyalty variable (Y).

Keywords: *service quality, trust variables, loyalty*