

**PENGARUH *CUSTOMER TRUST* DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA TB AKSA BANGUN BERSAMA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH:

DIANA ENJELIKA

20612010028

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

**PENGARUH *CUSTOMER TRUST* DAN HARGA
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA TB AKSA BANGUN BERSAMA**

SKRIPSI

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



**UNIVERSITAS
SUMATERA SELATAN**

OLEH:

DIANA ENJELIKA

20612010028

**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., Ph.D

ABSTRAK

Fenomena persaingan menuntut TB Aksa Bangun Bersama untuk terus menciptakan loyalitas pelanggan melalui kepercayaan pelanggan dan kesesuaian harga yang ditawarkan guna memenangkan persaingan dan berdampak pada keberlanjutan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *customer trust* dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada TB Aksa Bangun Bersama secara simultan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode *cross section*. Data penelitian ini diambil menggunakan data primer dengan cara observasi dan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan TB. Aksa Bangun Bersama yang berjumlah 450 orang dan Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *simple random sampling* sehingga menghasilkan jumlah sampel sebanyak 82 orang. Pengujian hipotesis, pengujian asumsi statistik, dan pengujian asumsi klasik merupakan komponen analisis data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *customer trust* dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa TB Aksa Bangun Bersama mampu membangun kepercayaan konsumennya, sehingga masing-masing konsumen menunjukkan perilaku loyalitasnya untuk terus melakukan pembelian.

Kata kunci: *Customer Trust*, Harga, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

The phenomenon of competition requires TB Aksa Bangun Bersama to continue to create customer loyalty through customer trust and appropriateness of the prices offered in order to win the competition and have an impact on the company's sustainability. This research aims to find out how customer trust and price influence customer loyalty at TB Aksa Bangun Bersama simultaneously. This type of research is quantitative research with a cross section method. This research data was taken using primary data by means of observation and linear questionnaire distribution. The population in this study were TB customers. Aksa Bangun Bersama numbered 450 people and the sampling technique used in this research was simple random sampling, resulting in a total sample of 82 people. Hypothesis testing, statistical assumption testing, and classical assumption testing are the factors for data analysis used in this research. The results of this research show that the variables customer trust and price partially have a positive and significant effect on Customer Loyalty. The results of this research illustrate that TB Aksa Bangun Bersama is able to build consumer trust, so that each consumer shows loyalty behavior to continue making purchases.

Keywords: *Customer Trust, Price, Customer Loyalty.*