

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN LAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA UMKM TOKO OCEAN POOL TANGERANG**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST AND AFTER-SALES
SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY AT MSME
OCEAN POOL SHOP TANGERANG***

Oleh
Muhamad Arie Shandy
61201022009162

SKRIPSI



**JURUSAN MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI**

2026

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN LAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA UMKM TOKO OCEAN POOL TANGERANG**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST AND AFTER-SALES
SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY AT MSME
OCEAN POOL SHOP TANGERANG***

**Oleh
Muhamad Arie Shandy
61201022009162**

SKRIPSI

Telah disahkan dan disetujui pada:

Tempat : Depok

Tanggal : 22 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Ketua Jurusan

Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM
NIDN: 0306117103

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.
NIDN: 0416076506

Mengetahui,
Ketua
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S.
NIDN: 2017065701

**PENGARUH KEPERCAYAAN PELANGGAN DAN LAYANAN
PURNA JUAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA UMKM TOKO OCEAN POOL TANGERANG**

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST AND AFTER-SALES
SERVICE ON CUSTOMER LOYALTY AT MSME
OCEAN POOL SHOP TANGERANG***

**Oleh
Muhamad Arie Shandy
61201022009162**

SKRIPSI

Telah diujikan pada:
Tempat : Depok
Tanggal : 09 Juli 2026

Ketua Penguji

Anggota Penguji

Maya Andini Kartikasari, S.P., M.M
NIDN: 0422068302

Agustini, S.Kom., M.M
NIDN: 0416076506

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si
NIDN: 0416076506

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhamad Arie Shandy

NIM : 61201022009162

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Toko Ocean Pool Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil penelitian dan penulisan dari skripsi saya adalah murni hasil pemikiran saya yang dikuatkan dengan adanya cek plagiasi sesuai dengan aturan yang berlaku di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
2. Hasil Penelitian dan penulisan dari skripsi saya ini, dengan ini dialihkan haknya kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk paten dan juga hal-hal yang berkaitan.
3. Penulisan hasil penelitian ini (skripsi) telah mengikuti kaidah-kaidah yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.
4. Apabila dikemudian hari, bahwa hasil penelitian ini dan penulisan skripsi ini mempunyai kesamaan atau terdapat unsur penjiplakan terhadap karya ilmiah orang lain, maka dengan ini saya siap menerima sanksi berupa:
 - a. Pencabutan gelar kesarjanaan saya yang telah saya terima.
 - b. Pencabutan ijazah saya sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 09 Juli 2026

Materai

Muhamad Arie Shandy

PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Muhamad Arie Shandy

NIM : 61201022009162

Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Toko Ocean Pool Tangerang

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Dalam penulisan hasil karya ilmiah saya, saya dibantu dengan menggunakan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*).
2. Aplikasi Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) yang saya pergunakan adalah: *Gemini, Deepseek, Copilot, dan ChatGPT*.
3. Dalam penulisan karya ilmiah ini, saya TIDAK menerapkan SALIN-TEMPEL (*copy-paste*) hasil Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) ke dalam tulisan saya.
4. Seluruh isi, analisa, argumen, data dan kesimpulan yang terdapat dalam karya ilmiah saya, merupakan hasil pemahaman, kajian, dan tanggung jawab penulis secara penuh. Tidak ada bagian dari penulisan ini yang dihasilkan sepenuhnya oleh Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) tanpa pengawasan, pemrosesan, atau evaluasi ulang oleh penulis.
5. Apabila dikemudian hari, terdapat pelanggaran terhadap prinsip etika akademik, termasuk penggunaan Kecerdasan Buatan (*Artificial Intelligence / AI*) secara tidak tepat yang merupakan bentuk ketidakjujuran ilmiah, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di lingkungan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Depok, 09 Juli 2026

Materai

Muhamad Arie Shandy

Nama Lengkap : Muhamad Arie Shandy
NIM : 61201022009162
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Toko Ocean Pool Tangerang

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena unik pada UMKM Toko Ocean Pool Tangerang, sebuah usaha informal berskala perorangan yang mampu membangun loyalitas pelanggan bernilai tinggi (*high-value*) di tengah keterbatasan legalitas formal. Karakteristik perlengkapan kolam renang sebagai barang tahan lama (*durable goods*) menciptakan celah "kevakuman hubungan" (*relationship vacuum*) yang berisiko memudahkan loyalitas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X_1) dan Layanan Purna Jual (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y), baik secara parsial maupun simultan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif asosiatif dengan hubungan kausal. Populasi target difokuskan pada pelanggan kategori strategis (*Whales*, *Dolphins*, dan *Tuna*) periode tahun 2025 yang berjumlah 348 pelanggan. Berdasarkan perhitungan rumus *Slovin*, diambil sampel minimal sebanyak 186 responden yang ditentukan menggunakan teknik *Disproportionate Stratified Random Sampling*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner tertutup berskala *Likert* dan diolah menggunakan bantuan program SPSS melalui uji asumsi klasik serta analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian membuktikan secara parsial bahwa Kepercayaan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ($t_{hitung} = 19,591 > t_{tabel} = 1,973$), begitu pula dengan Layanan Purna Jual ($t_{hitung} = 7,374 > t_{tabel} = 1,973$). Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan ($F_{hitung} = 551,119 > F_{tabel} = 3,04$; *Sig.* < 0,001). Nilai koefisien determinasi menunjukkan kontribusi pengaruh sebesar 85,5%, sedangkan 14,5% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Catatan kritis menunjukkan indikator resistensi terhadap pesaing memiliki rata-rata terendah (2,99), sehingga manajemen disarankan meningkatkan legalitas usaha secara bertahap, mempercepat respons perbaikan unit, dan memperkuat program hubungan pelanggan (CRM) untuk mengantisipasi perang harga kompetitor.

Kata Kunci : Kepercayaan Pelanggan, Layanan Purna Jual, Loyalitas Pelanggan, Barang Tahan Lama, UMKM Informal.

Full Name : Muhamad Arie Shandy
NIM : 61201022009162
Title : *The Influence of Customer Trust and After-Sales Service on Customer Loyalty at MSME Ocean Pool Shop Tangerang*

ABSTRACT

This research is motivated by a unique phenomenon at MSME Ocean Pool Shop Tangerang, an informal sole proprietorship that has successfully built high-value customer loyalty despite limited formal legality. The characteristics of swimming pool equipment as durable goods create a "relationship vacuum" that risks fading customer loyalty over time. This study aims to examine and analyze the influence of Customer Trust (X1) and After-Sales Service (X2) on Customer Loyalty (Y), both partially and simultaneously.

The research methodology employs a quantitative associative approach with causal relationships. The target population focuses on strategic customer segments (Whales, Dolphins, and Tuna) from the 2025 transaction period, totaling 348 customers. Based on the Slovin formula calculation, a minimum sample of 186 respondents was drawn using the Disproportionate Stratified Random Sampling technique. Primary data were collected through closed-ended Likert-scale questionnaires and processed using SPSS software, utilizing classical assumption tests and multiple linear regression analysis.

The results partially demonstrate that Customer Trust has a positive and significant influence on Customer Loyalty ($t_{\text{statistic}} = 19.591 > t_{\text{table}} = 1.973$), as does After-Sales Service ($t_{\text{statistic}} = 7.374 > t_{\text{table}} = 1.973$). Simultaneously, both variables significantly influence Customer Loyalty ($F_{\text{statistic}} = 551.119 > F_{\text{table}} = 3.04$; Sig. < 0.001). The coefficient of determination indicates an impact contribution of 85.5%, while the remaining 14.5% is explained by other factors outside the model. A critical finding shows that the resistance to competitors indicator has the lowest average score (2.99). Consequently, the management is advised to gradually improve business legality, accelerate unit repair response times, and strengthen customer relationship management (CRM) programs to anticipate aggressive price wars from competitors.

Keywords : Customer Trust, After-Sales Service, Customer Loyalty, Durable Goods, Informal MSME

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, penulis panjatkan karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW, dengan harapan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Skripsi dengan judul *“Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Layanan Purna Jual Terhadap Loyalitas Pelanggan pada UMKM Toko Ocean Pool Tangerang”* ini disusun guna memenuhi syarat kelulusan Jurusan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Penulis tertarik mengangkat fenomena bisnis ini karena melihat adanya anomali di mana sebuah usaha informal mampu membangun loyalitas pelanggan bernilai tinggi (*high-value customer*) melalui kekuatan kepercayaan dan layanan teknis yang unggul, di tengah persaingan bisnis retail modern.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Mildy Rifa’i, S.E., selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang selalu mengembangkan STIE GICI dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S., selaku Ketua STIE GICI yang telah mengelola kampus dengan sangat baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen STIE GICI atas dedikasinya dalam memajukan Jurusan Manajemen.
4. Bapak Judianto Tjahjo Nugroho, S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberikan masukan kritis, dan menguji logika berpikir penulis hingga penelitian ini tuntas.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE GICI, khususnya Jurusan Manajemen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.

6. Ibu Tercinta, sosok luar biasa dan sumber kekuatan utama penulis. Terima kasih atas setiap doa, restu, dan kasih sayang yang menjadi motivasi terbesar penulis dalam menuntaskan pendidikan ini.
7. Ibu Neneng Rahmawati, selaku Pemilik Ocean Pool sekaligus kakak kandung penulis. Terima kasih yang tak terhingga atas izin penelitian, akses penuh terhadap data perusahaan, serta inspirasi nyata dalam kegigihan membangun bisnis dari nol.
8. Istri Tercinta, Riska Ayu Triyani, S.TP., terima kasih atas kesabaran, dukungan, dan semangat yang tiada henti. Engkau adalah alasan kuat bagi penulis untuk segera melangkah maju demi masa depan keluarga kita.
9. Seluruh Karyawan Ocean Pool, yang telah bersedia meluangkan waktu dan membantu penulis dalam proses pengumpulan data dan pemetaan pelanggan di lapangan.
10. Staf dan Karyawan STIE GICI, serta semua pihak yang telah memberikan dorongan dan bantuan yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu manajemen pemasaran, khususnya pada sektor UMKM spesialis.

Depok, 09 Juli 2026

Muhamad Arie Shandy
NIM: 61201022009162

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGUJIAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
PERNYATAAN PENGGUNAAN KECERDASAN BUATAN (AI)	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Tujuan Penelitian	6
1.5.2 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Definisi Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	11
2.1.3 Kepercayaan Pelanggan (X_1).....	13
2.1.4 Layanan Purna Jual (X_2).....	15
2.1.5 Loyalitas Pelanggan (Y)	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Konseptual	21
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Desain dan Jenis Penelitian.....	23
3.2 Objek dan Waktu Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	24
3.4 Populasi dan Sampel	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	26

3.5 Operasional Variabel.....	28
3.6 Metode Pengumpulan Data	30
3.7 Metode Pengolahan dan Analisis Data	32
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	32
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	35
3.7.4 Pengujian Hipotesis	36
3.7.5 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1 Profil UMKM Toko Ocean Pool.....	39
4.1.2 Segmentasi Pelanggan dan Populasi Target	40
4.1.3 Proses Perizinan dan Pelaksanaan Penelitian	40
4.1.4 Proses Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner.....	41
4.1.5 Kendala Pelaksanaan Penelitian	42
4.2 Karakteristik Responden	43
4.2.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Belanja	44
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Segmentasi.....	44
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk	45
4.2.5 Ringkasan Karakteristik Responden	46
4.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	46
4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Pelanggan (X_1)	47
4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Layanan Purna Jual (X_2)	48
4.3.3 Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	49
4.4 Pengujian Instrumen Penelitian	50
4.4.1 Uji Validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas	52
4.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	53
4.5.1 Uji Normalitas.....	53
4.5.2 Uji Multikolinearitas	56
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.7 Pengujian Hipotesis.....	59
4.7.1 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	59
4.7.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	61
4.7.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	61
4.8 Pembahasan Hasil Penelitian	62
4.8.1 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X_1) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	63

4.8.2 Pengaruh Layanan Purna Jual (X_2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	64
4.8.3 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan (X_1) dan Layanan Purna Jual (X_2) Secara Simultan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)	65
4.8.4 Komparasi dengan Penelitian Terdahulu	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Saran.....	69
5.2.1 Saran Praktis (Bagi Manajemen Toko Ocean Pool)	69
5.2.2 Saran Akademis (Bagi Peneliti Selanjutnya).....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data 10 Transaksi dengan Nominal Tertinggi	2
Tabel 1.2 Segmentasi Pelanggan Toko Ocean Pool Tahun 2025	2
Tabel 1.3 Data 5 Pelanggan dengan Frekuensi Transaksi Tertinggi.....	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	24
Tabel 3.2 Klasifikasi Populasi Pelanggan Toko Ocean Pool.....	25
Tabel 3.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert.....	32
Tabel 4.1 Populasi Target Penelitian Berdasarkan Segmentasi	40
Tabel 4.2 Target dan Realisasi Penyebaran Kuesioner.....	41
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Belanja.....	44
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Segmentasi.....	45
Tabel 4.6 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Produk.....	45
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan Pelanggan (X_1).....	47
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Layanan Purna Jual (X_2).....	48
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).....	49
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian.....	51
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	53
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Normalitas Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas (<i>Uji Glejser</i>).....	57
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	58
Tabel 4.16 Rangkuman Hasil Pengujian Secara Parsial (<i>Uji t</i>)	60
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Secara Simultan (<i>Uji F / ANOVA</i>).....	61
Tabel 4.18 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (<i>Model Summary</i>).....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas.....	55
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot Uji Normalitas	55
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Olah Data SPSS	73
Lampiran 2 : Kartu Bimbingan	78
Lampiran 3 : Hasil Uji Plagiarisme.....	79
Lampiran 4 : Kuesioner Penelitian.....	80
Lampiran 5 : Surat Balasan Izin Penelitian.....	84
Lampiran 6 : Daftar Riwayat Hidup	85