

PENGARUH *CUSTOMER TRUST* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA MAS PUTRA LAUNDRY DI KECAMATAN BATURITI

Oleh

Ni Kadek Regina Kartika Sari, NIM 2217041134

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan utama untuk menguji serta menganalisis pengaruh *customer trust* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Mas Putra Laundry di Kecamatan Baturiti, baik secara simultan maupun parsial. Seiring dengan persaingan dalam industri jasa yang kian kompetitif, pemahaman komprehensif mengenai determinan yang memicu kepuasan pelanggan menjadi faktor krusial demi menjamin keberlanjutan dan profitabilitas bisnis jangka panjang. Desain penelitian yang diadopsi adalah kuantitatif kausal yang bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat serta signifikansi keterkaitan antar variabel yang diobservasi. Subjek dalam penelitian ini merupakan pelanggan aktif Mas Putra Laundry dengan kriteria minimal dua kali penggunaan layanan dalam satu bulan, sedangkan objek penelitian difokuskan pada variabel *customer trust*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan melibatkan sebanyak 130 responden sebagai sumber data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran instrumen kuesioner terstruktur yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya, yang kemudian diproses menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil analisis data secara empiris menunjukkan temuan sebagai berikut: (1) *Customer trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. (2) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial. (3) Secara simultan, *customer trust* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mas Putra Laundry di Kecamatan Baturiti. Temuan ini menegaskan bahwa integritas layanan dan kredibilitas yang dibangun oleh penyedia jasa merupakan fondasi fundamental dalam mengonstruksi pengalaman pelanggan yang memuaskan. Oleh karena itu, pihak manajemen direkomendasikan untuk senantiasa mengoptimalkan standar operasional prosedur dan mempererat relasi interpersonal dengan konsumen guna mempertahankan loyalitas serta dominasi pasar di wilayah tersebut.

Kata kunci: *Customer trust*, Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER TRUST AND SERVICE QUALITY ON
CUSTOMER SATISFACTION AT MAS PUTRA LAUNDRY IN BATURITI
DISTRICT***

By

Ni Kadek Regina Kartika Sari, NIM 2217041134

Department of Management

ABSTRACT

This research was conducted with the primary objective of examining and analyzing the influence of customer trust and service quality on customer satisfaction at Mas Putra Laundry in Baturiti District, both simultaneously and partially. Amid increasingly competitive conditions in the service industry, a comprehensive understanding of the determinants driving customer satisfaction has become a crucial factor in ensuring long-term business sustainability and profitability. The research design adopted is quantitative causal, aimed at testing cause-and-effect relationships and the significance of the connections between the observed variables. The subjects of this study are active customers of Mas Putra Laundry with a minimum criterion of using the service twice within one month, while the research object focuses on the variables of customer trust, service quality, and customer satisfaction. The sampling technique employed non-probability sampling, involving 130 respondents as the primary data source. Data collection was carried out through the distribution of a structured questionnaire instrument that had been tested for validity and reliability, which was then processed using multiple linear regression analysis techniques. The empirical results of the data analysis show the following findings: (1) Customer trust has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. (2) Service quality has a positive and significant partial effect on customer satisfaction. (3) Simultaneously, customer trust and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at Mas Putra Laundry in Baturiti District. These findings confirm that service integrity and credibility built by the service provider are fundamental foundations in constructing a satisfying customer experience. Therefore, management is recommended to continuously optimize standard operating procedures and strengthen interpersonal relationships with consumers in order to maintain customer loyalty and market dominance in the area.

Keywords: Customer trust, Service quality, Customer satisfaction