

# MODEL LOYALITAS PADA JASA PEMERIKSA HALAL

**NADIYA ATIKA**



**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

*@Hak cipta milik IPB University*

**IPB University**



**IPB University**  
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



### *@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Model Loyalitas pada Jasa Pemeriksa Halal” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2025

*Nadiya Atika*  
K1501202165

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## RINGKASAN

NADIYA ATIKA. Model Loyalitas pada Jasa Pemeriksa Halal. Dibimbing oleh HARTOYO dan DIAH KRISNATUTI.

Adanya Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah mengenai pelaksanaan Adanya Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah mengenai pelaksanaan jaminan produk halal menyebabkan banyak perusahaan menyediakan jasa pemeriksa halal. Hal tersebut menimbulkan persaingan antar lembaga pemeriksa halal. LPH A merupakan lembaga pemeriksa halal pertama di Indonesia. Berdasarkan data tahun 2021, LPH A memiliki nilai *customer satisfaction index* sebesar 87%. Namun, %tase pelanggan yang mau merekomendasikan hanya sebesar 59%. Selain itu, jumlah keluhan yang diterima juga masih cukup tinggi. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan usahanya. Pelanggan yang loyal cenderung melakukan transaksi lebih banyak yang dapat menghasilkan keuntungan lebih banyak. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi tingkat kualitas layanan, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan, *perceived switching cost*, daya tarik alternatif, dan loyalitas dari persepsi pelanggan; menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan, kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan pada LPH A; menganalisis pengaruh kepuasan, kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan, *perceived switching cost*, dan daya tarik alternatif terhadap loyalitas pelanggan pada LPH A; dan merumuskan implikasi manajerial untuk meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan penyedia jasa pemeriksa halal.

Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari survei dengan kuesioner menggunakan *google form* secara *online* pada 224 pelanggan LPH A. Data dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan model SEM-PLS dengan *software smartPLS*. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini menemukan bahwa pegawai perusahaan yang memakai jasa pemeriksa halal adalah perempuan dan berpendidikan di akhir sarjana (S1/D4). Perusahaan yang menggunakan jasa pemeriksa halal mayoritas bergerak dibidang makanan dan minuman dan sebagian besar perusahaan yang sudah beroperasi lebih dari lima tahun. Layanan tambahan yang disediakan oleh LPH A menjadi pertimbangan perusahaan dalam menggunakan jasa atau layanan halal. Perusahaan pengguna jasa pemeriksa halal menyatakan bahwa harga dan reputasi lembaga penyedia jasa merupakan hal yang sangat penting dalam memutuskan menggunakan layanan pemeriksa halal. Mayoritas perusahaan sudah menggunakan jasa LPH lebih dari lima kali dan tidak memiliki mitra dengan LPH A. Tiga faktor yang paling banyak digunakan oleh perusahaan ketika memutuskan menggunakan LPH A sebagai penyedia layanan halal adalah kemampuan petugas, kemudahan prosedur dan kepercayaan terhadap perusahaan. Lebih dari setengah pelanggan LPH A puas terhadap LPH A dan faktor yang memberikan kepuasan bagi pelanggan atas layanan yang diberikan LPH A adalah kemampuan petugas, kemudahan prosedur dan ketepatan waktu. Hampir seluruh pelanggan menyatakan akan merekomendasikan LPH A kepada pihak yang membutuhkan jasa pemeriksaan halal.

Tingkat kualitas layanan, kepercayaan, komitmen, kepuasan pelanggan, kualitas hubungan, *peceived switching cost*, dan loyalitas pelanggan LPH A

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

berdasarkan nilai *Latent Variable Score* (LVS) berada di atas 80%. Sementara, tingkat daya tarik alternatif mencapai 67% yang menunjukkan nilai daya tarik alternatif masih tinggi. Hasil dari analisis SEM-PLS menemukan bahwa kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan, sedangkan loyalitas pelanggan tidak berpengaruh langsung. Namun, kualitas layanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui variabel lain, yaitu komitmen, kepuasan, kepercayaan, dan kualitas hubungan. Keempat variabel *intervening* yang terbentuk dapat membangun loyalitas. Kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen, kualitas hubungan, dan *perceived switching cost* berpengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan daya tarik alternatif tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan, kepercayaan, komitmen, dan kualitas hubungan dapat menjadi variabel *intervening* bagi kualitas layanan terhadap loyalitas.

Implikasi manajerial yang didapatkan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan komitmen melalui komunikasi terbuka, pengembangan kemitraan strategis, dan komunikasi rutin; memperkuat kualitas hubungan melalui program loyalitas, penghargaan, serta layanan pasca-sertifikasi; meningkatkan kepuasan dengan menciptakan pengalaman positif melalui layanan konsisten dan tepat waktu; meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi; serta dengan memanfaatkan *perceived switching cost* melalui pengembangan layanan eksklusif ataupun membuat penawaran kontrak layanan jangka panjang. Kualitas layanan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi memiliki pengaruh terhadap komitmen, kepercayaan, kualitas hubungan, dan kepuasan pelanggan. Oleh sebab itu, LPH A harus terus meningkatkan kompetensi petugas melalui pelatihan secara berkala untuk memastikan karyawan memiliki kompetensi yang tinggi. Selain itu, meskipun daya alternatif tidak memiliki hubungan terhadap loyalitas pelanggan, lembaga tetap harus mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan terus memantau inovasi layanan di pasar untuk memastikan bahwa layanan yang ditawarkan tetap relevan dan kompetitif sehingga lembaga tetap menjadi pilihan utama.

Kata kunci: Daya tarik alternatif, jasa pemeriksa halal, kualitas layanan, loyalitas pelanggan, *perceived switching cost*



## SUMMARY

NADIYA ATIKA. Loyalty Framework for Halal Certification Services. Supervised by HARTOYO and DIAH KRISNATUTI.

*The implementation of laws and government regulations concerning halal product assurance has led many companies to offer halal certification services. This has resulted in competition among halal inspection institutions. LPH A is the first halal inspection institution in Indonesia. According to 2021 data, customer satisfaction index score LPH A is 87%, but only 59% of customers were willing to recommend its services. Additionally, the number of complaints received remains relatively high. On the other hand, customer loyalty is a critical factor for companies to sustain their business. Loyal customers tend to engage in more transactions, generating greater profits. Therefore, the objectives of this research are to: identify the levels of service quality, customer loyalty, customer satisfaction, trust, commitment, relationship quality, perceived switching cost, attractiveness of alternatives, and loyalty from customer perceptions; analyze the influence of service quality on customer satisfaction, trust, commitment, and relationship quality at LPH A; analyze the influence of customer satisfaction, trust, commitment, relationship quality, perceived switching cost, and attractiveness of alternatives on customer loyalty at LPH A; and formulate managerial implications to improve customer loyalty towards halal certification service providers.*

*Primary data were collected through an online survey using Google Forms, involving 224 customers, and analyzed using SEM-PLS. The descriptive analysis in this study found that employees of companies using halal certification services are predominantly female and hold undergraduate degrees (S1/D4). Most companies utilizing halal certification services operate in the food and beverage sector, with the majority having been in operation for more than five years. Additional services provided by LPH A are considered by companies when choosing halal certification services. Companies stated that price and the reputation of the service provider are critical factors in deciding to use halal certification services. Most companies have used LPH A's services more than five times and do not have formal partnerships with LPH A. The three most influential factors in a company's decision to choose LPH A as their halal service provider are the competence of the staff, the simplicity of the procedures, and trust in the company. Over half of LPH A's customers expressed satisfaction with the services provided, and the factors contributing to customer satisfaction include staff competence, procedural simplicity, and punctuality. Nearly all customers indicated they would recommend LPH A to those requiring halal inspection services.*

*Based on the Latent Variable Score (LVS), the levels of service quality, trust, commitment, customer satisfaction, relationship quality, perceived switching cost, and customer loyalty of LPH A are above 80%. Meanwhile, the level of attractiveness of alternatives reaches 67%, indicating a relatively high level of attractiveness. The results of the SEM-PLS analysis found that service quality has a direct impact on customer satisfaction, trust, commitment, and relationship quality, while customer loyalty is not directly influenced. However, service quality can enhance customer loyalty through other variables, namely commitment, satisfaction, trust, and relationship quality. These four intervening variables*

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



*collectively contribute to building loyalty. Customer satisfaction, trust, commitment, relationship quality, and perceived switching cost have a direct influence on customer loyalty, whereas the attractiveness of alternatives does not have a direct impact on customer loyalty. Customer satisfaction, trust, commitment, and relationship quality can serve as intervening variables between service quality and loyalty*

*Additionally, implementing loyalty programs, rewards, and post-certification services can significantly improve relationship quality. To enhance customer satisfaction, LPH A should strive for consistent and timely service delivery. Building trust through transparent communication and leveraging perceived switching costs by offering exclusive services or long-term contracts are also recommended. Although service quality does not directly impact loyalty, it is a significant antecedent of commitment, trust, relationship quality, and satisfaction. Consequently, LPH A should prioritize ongoing employee training to ensure high levels of service competence. Given the limited impact of alternative power, maintaining a competitive advantage requires continuous monitoring of market trends and innovation in service offerings.*

**Keywords:** *Alternative attractiveness, customer loyalty, halal inspection services, perceived switching cost, service quality*

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025<sup>1</sup>  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



# **MODEL LOYALITAS PADA JASA PEMERIKSA HALAL**

**NADIYA ATIKA**

Tesis  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister pada  
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**

*@Hak cipta milik IPB University*

**IPB University**



**IPB University**  
Bogor Indonesia

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Tesis:

- 1 Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M.
- 2 Dr. Suhendi S.P, M.M.



Judul Tesis : Model Loyalitas pada Jasa Pemeriksa Halal  
 Nama : Nadiya Atika  
 NIM : K15012021165

@Hak cipta milik IPB University

Pembimbing 1:  
 Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.S.

Pembimbing 2:  
 Dr. Diah Krisnatuti, M.S.

Disetujui oleh



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana  
 Manajemen dan Bisnis:  
 Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.  
 NIP 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis:  
 Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.  
 NIP 19812291992031016



Tanggal Ujian: 10 Januari 2025

Tanggal Lulus:

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *Subhanahuwata'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian ini berjudul Model Loyalitas Pada Jasa Pemeriksa Halal.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.S. dan Dr. Diah Krisnatuti, M.S. selaku komisi pembimbing yang telah memberikan semangat, arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Akhir kata penulis berharap, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, 14 Januari 2025

*Nadiya Atika*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
<b>I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup	6
<b>II TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>7</b>
2.1 Kualitas Layanan	7
2.2 Kepuasan Pelanggan	7
2.3 Komitmen	8
2.4 Kepercayaan Pelanggan	9
2.5 Kualitas Hubungan	9
2.6 Daya Tarik Alternatif	10
2.7 <i>Perceived Switching Cost</i>	11
2.8 Loyalitas Pelanggan	11
2.9 Penelitian Terdahulu	14
2.10 Kerangka Pemikiran	17
<b>III METODE</b>	<b>20</b>
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.2 Desain Penelitian	20
3.3 Jenis dan Sumber Data	20
3.4 Metode Pengumpulan Sampel	20
3.5 Metode Analisis data	20
<b>IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	<b>24</b>
4.1 Karakteristik Responden Penelitian	24
4.2 Profil Pelanggan	24
4.3 Perilaku Penggunaan Jasa	26
4.4 Deskripsi Indikator Variabel	28
4.5 Nilai <i>Laten Variable Score</i> (LVS) terhadap Variabel Laten	33
4.6 Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Pelanggan	36
4.7 Implikasi Manajerial	51
<b>V SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>54</b>
5.1 Simpulan	54
5.2 Saran	54
5.3 Batasan Penelitian	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	65
BRIWAYAT HIDUP	79



## DAFTAR TABEL

1	Definisi operasional dan indikator pada penelitian	22
2	Deskripsi pernyataan variabel kualitas layanan	28
3	Deskripsi pernyataan variabel kepuasan pelanggan penelitian	29
4	Deskripsi pernyataan variabel kepercayaan penelitian	30
5	Deskripsi pernyataan variabel komitmen penelitian	30
6	Deskripsi pernyataan variabel kualitas hubungan penelitian	31
7	Deskripsi pernyataan variabel loyalitas pelanggan penelitian	31
8	Deskripsi pernyataan variabel <i>perceived switching cost</i> penelitian	32
9	Deskripsi pernyataan variabel daya tarik alternatif penelitian	32
10	Nilai LVS masing-masing variabel penelitian	34
11	Nilai <i>loading factor</i> dan AVE model pengukuran penelitian	37
12	Nilai <i>cross loading</i> penelitian	38
13	Nilai <i>cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i> setia variabel pada penelitian	39
14	Nilai <i>r-square</i> penelitian	40
15	Hasil pengaruh langsung setiap hubungan variabel pada penelitian	41
16	Hasil pengaruh tidak langsung setiap hubungan variabel pada penelitian	41

## DAFTAR GAMBAR

1	<i>Wheel of Loyalty</i>	13
2	Kerangka pemikiran	18
3	Jenis kelamin dan tingkat pendidikan pegawai perusahaan yang memakai jasa pemeriksaan halal	24
4	Jenis perusahaan pemakai jasa LPH A dan lama operasionalnya	24
5	Durasi waktu dan jumlah frekuensi perusahaan menggunakan jasa halal	25
6	Pertimbangan menggunakan jasa berdasarkan lama operasional dan reputasi	25
7	Pemilihan jasa atau layanan berdasarkan harga dan reputasi penyedia jasa atau layanan	26
8	Frekuensi menggunakan jasa LPH A dan kemitraan dengan LPH A	26
9	Faktor-faktor yang digunakan dalam memutuskan LPH A sebagai penyedia layanan	27
10	Tingkat kepuasan beserta faktor yang menyebabkan kepuasan pelanggan	27
11	Rekomendasi ke pihak lain	28
12	Model <i>hybrid SEM</i> pada penelitian	36





## DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	66
2	Uji validitas kuesioner	73
3	Uji reliabilitas kuesioner	77

*@Hak cipta milik IPB University*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.