

ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MADU MULTIFLORA PADA BERBAGAI GENERASI

NATASHA KARENINA SUHADRIANTO



**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pembelian Produk Madu Multiflora pada Berbagai Generasi 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 IPB University.

Bogor, Juni 2026

Natasha Karenina Suhadrianto
H2501222027



@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.

RINGKASAN

NATASHA KARENINA SUHADRIANTO. Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pembelian Produk Madu Multiflora pada Berbagai Generasi. Dibimbing oleh PUDJI MULJONO dan IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Madu multiflora adalah madu yang berasal dari beberapa sumber nektar. Madu dipercayai sebagai bahan pangan yang aman, madu dapat dijadikan alternatif suplemen kesehatan oleh berbagai kelompok generasi mulai dari *Baby Boomers* hingga generasi Z. Meskipun madu memiliki banyak manfaat bagi setiap kelompok generasi, namun hal tersebut tidak menjamin madu (terutama madu multiflora) akan dipilih oleh konsumen. Industri madu memiliki pangsa pasar yang luas dan sangat prospektif, sehingga banyak peternak lebah dan pengusaha madu yang berkompetisi di bidang usaha ini. Persaingan bergantung pada langkah-langkah yang dilakukan pemasar untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Salah satu langkah yang bisa dilakukan adalah dengan menyediakan produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan, sehingga kepuasan dan loyalitas pelanggan akan terbentuk.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik pelanggan yang membeli madu multiflora pada berbagai generasi serta menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam membeli madu multiflora pada berbagai generasi. Pengambilan data dilakukan dengan metode survey terhadap responden dengan kriteria tertentu dari 4 kelompok generasi (*Baby Boomers*, X, Y, dan Z) yang berdomisili di wilayah Jabodetabek. Hasil penelitian dianalisis untuk mendapatkan skor *Customer Satisfaction Index* dan *Customer Loyalty Index*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan yang membeli dan mengonsumsi madu multiflora berasal dari Generasi Y atau Millennial, berjenis kelamin perempuan, sudah menempuh pendidikan hingga jenjang Sarjana (S1), bekerja sebagai karyawan swasta, sudah menikah, tidak memiliki tanggungan, memiliki pendapatan pribadi sekitar Rp1.000.000-Rp10.000.000 per bulan dan memiliki pendapatan keluarga sebesar Rp5.000.000-Rp10.000.000 per bulan, berdomisili di Jakarta, dan berasal dari daerah Jawa Barat. Karakteristik mayoritas pelanggan yang membeli dan mengonsumsi madu multiflora sebagai konsumen antara lain rutin membeli madu, mengonsumsi madu 3 kali per minggu, mengonsumsi madu sebagai suplemen kesehatan, memilih madu multiflora, membeli madu di *e-commerce* (toko *online*) karena tidak perlu datang langsung ke toko, memilih produk madu berdasarkan klaim keasliannya, memilih merek Madurasa, tidak melakukan *brand switching*, dan mudah dalam mendapatkan informasi tentang produk madu. Hasil perhitungan CSI (*Customer Satisfaction Index*) menunjukkan bahwa keseluruhan responden dapat dikatakan puas dengan produk madu multiflora dengan persentase sebesar 79,9 persen. Hasil perhitungan CLI (*Customer Loyalty Index*) menunjukkan bahwa keseluruhan responden dapat dikatakan loyal dengan produk madu multiflora dengan persentase sebesar 72,3 persen.

Uji *One-Way ANOVA* menunjukkan adanya perbedaan loyalitas (CLI) yang signifikan secara statistik antargenerasi. Uji lanjut Tukey mengonfirmasi bahwa Generasi Y memiliki loyalitas yang secara statistik lebih tinggi dibandingkan



kelompok Generasi Baby Boomer dan Generasi X. Tidak ditemukan perbedaan signifikan secara statistik pada tingkat kepuasan (CSI). Uji Korelasi Spearman's membuktikan bahwa kepuasan berkorelasi positif dan signifikan terhadap loyalitas di semua generasi, dengan hubungan terkuat ditemukan pada Generasi Z dengan angka *Spearman's rho* sebesar 0,875.

Berdasarkan hasil penelitian, implikasi manajerial yang dapat diberikan bagi pemasar antara lain mengoptimalkan kanal digital bagi generasi muda (Generasi Y dan Z) serta menjaga ketersediaan stok fisik bagi generasi tua (Generasi Baby Boomer dan Generasi X). Stabilitas harga dan jaminan keaslian menjadi kunci utama untuk mempertahankan loyalitas di semua kelompok usia. Pemerintah diharapkan turut berperan melalui kementerian/lembaga melalui penguatan standardisasi mutu produk dan promosi madu sebagai pangan fungsional dalam edukasi kesehatan nasional untuk meningkatkan konsumsi madu nasional.

Kata kunci: CLI, CSI, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, madu multiflora

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.



SUMMARY

NATASHA KARENINA SUHADRIANTO. Analysis of Customers of Various Generation's Satisfaction and Loyalty Towards Buying Multifloral Honey Products. Supervised by PUDJI MULJONO and IRNI RAHMAYANI JOHAN.

Multifloral honey is a type of honey made from the nectar of various flowers. Honey is widely believed to be a safe and natural food, so it can be an option for health supplements for people across all generations, from Baby Boomers to Generation Z. However, even though honey offers many health benefits, that doesn't automatically mean consumers will choose it, especially when it comes to multifloral honey. The honey industry has a broad and promising market, leading to strong competition among beekeepers and honey producers. For marketers to be successful in this competitive market, they have to be able to meet customers' needs. One effective strategy to meet customers' needs is to offer products that match customers' preferences, which eventually can help build customer satisfaction and loyalty.

This study aimed to analyze the characteristics of multifloral honey consumers across different generations, as well as their levels of customer satisfaction and loyalty. The data was collected through a survey targeting respondents from four generational groups: Baby Boomers, Generation X, Generation Y (Millennials), and Generation Z, who resides in Jabodetabek region. The analysis used two main indicators: the Customer Satisfaction Index (CSI) and the Customer Loyalty Index (CLI).

The results showed that the majority of multifloral honey consumers were Millennials (Generation Y), and most of them were women with a university degree (S1), working as private-sector employees, married, and has no dependents. Their personal monthly income was between Rp1,000,000 to Rp10,000,000, while their family income was between Rp5,000,000 and Rp10,000,000. Most of them lived in Jakarta and came from West Java. The typical consumer behavior of the respondents are buying honey regularly, consuming it three times a week as a health supplement, choosing multifloral honey, and purchasing it online because it's more convenient. Most respondents often based their purchases on authenticity claims and they preferred the Madurasa brand. They tended to stick with one brand and found it easy to get information about honey products. The Customer Satisfaction Index (CSI) calculations showed that overall, respondents were satisfied with multifloral honey products, scoring 79.9 percent. The Customer Loyalty Index (CLI) calculations showed a loyalty level of 72.3 percent (considered loyal). Respondents were fairly sensitive to product quality, pricing, and ease of access when buying multifloral honey.

The One-Way ANOVA revealed a statistically significant difference in loyalty across generations, with the Tukey HSD test confirming that Generation Y has significantly higher loyalty compared to the Generation Baby Boomers and Generation X group. However, no significant difference was found in satisfaction levels. Spearman's Correlation analysis proved that satisfaction is significantly and positively correlated with loyalty across all groups, with the strongest link found in Generation Z.

The findings provide managerial implications for marketers to optimize digital channels for younger generations (Millennials and Generation Z) while ensuring physical stock availability for older cohorts (Generation Baby Boomers and Generation X). Maintaining price stability and authenticity is essential for sustaining loyalty across all age groups. The government is expected to play a role by strengthening product quality standardization and promoting honey as a functional food in national health educational campaigns to boost national honey consumption.

Keywords: CLI, CSI, customer loyalty, customer satisfaction, multifloral honey





- 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 2026

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.



@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.

ANALISIS KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP PEMBELIAN PRODUK MADU MULTIFLORA PADA BERBAGAI GENERASI

NATASHA KARENINA SUHADRIANTO

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains pada
Program Studi Ilmu Manajemen

**PROGRAM MAGISTER ILMU MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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 Prof. Dr. Ir. Ma'mun, M.S., M.Ec
2 Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I

Judul Tesis : Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pembelian
Produk Madu Multiflora pada Berbagai Generasi

Nama : Natasha Karenina Suhadrianto

NIM : H2501222027

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si

Pembimbing 2:

Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I.

NIP 197703122005011003

Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen:

Prof. Dr. Irfan Syauqi Beik, S.P., M.Sc.Ec

NIP 197904222006041002

Tanggal Ujian: 16 April 2026

Tanggal Pengesahan:



@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.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam karya tulis ini ialah perilaku konsumen, dengan judul Analisis Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan terhadap Pembelian Produk Madu Multiflora pada Berbagai Generasi.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen-dosen pembimbing, Prof. Dr. Ir. Pudji Muljono, M.Si dan Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran, serta Prof. Dr. Ir. Ma'mun, M.S., M.Ec dan Dr. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pd.I selaku dosen penguji yang memberikan masukan-masukan untuk penyempurnaan tesis. terselesaikannya tesis ini juga tidak terlepas dari peranan para responden yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih secara khusus juga penulis sampaikan kepada:

1. Kedua orangtua penulis: Ir. Hilman Suhadrianto atas bantuannya yang sangat berharga bagi penyelesaian tesis dan kerja kerasnya mendukung penulis secara material dan moral, serta Dra. Eva Ruslia atas dukungan moral dan bisikan doa-doanya, yang tidak terdengar penulis tapi senantiasa menggedor pintu langit.
2. Sahabat penulis, Tiya, yang saran-sarannya sudah membantu penyelesaian tesis dan yang telah menyelamatkan nyawa penulis, lebih sering dari yang dikiranya.
3. Eve, Hannah, Madison, and Rowen. *Thank you for always believing in me even though I don't believe in myself (I still don't). I'm still waiting for the day when you prove me wrong. Thank you for saving my life, time and time again.*
4. Rekan-rekan Pascasarjana Ilmu Manajemen FEM IPB angkatan 2022 Kelas Reguler atas kebersamaan, hari-hari menyenangkan dan kerjasama yang baik dalam masa perkuliahan.
5. Tenaga kependidikan dan staff Pascasarjana Ilmu Manajemen FEM IPB yang berperan sangat penting dalam setiap proses administratif.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak sempurna, namun semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juni 2026

Natasha Karenina Suhadrianto



@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.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Madu Multiflora	7
2.2 Perilaku Pelanggan	8
2.3 Kepuasan Pelanggan	9
2.4 Loyalitas Pelanggan	10
2.5 Kelompok Generasi	11
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	
3.1 Desain, Lokasi dan Waktu Penelitian	21
3.2 Jenis dan Sumber Data	21
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Variabel Penelitian	22
3.6 Metode Pengolahan dan Analisis Data	25
3.7 Definisi Operasional	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden	29
4.1.1 Karakteristik Demografi Responden	29
4.1.2 Karakteristik Sosioekonomi Responden	31
4.1.3 Perilaku Pembelian dan Preferensi Konsumsi Responden	34
4.1.4 Masukan bagi Produk Madu Multiflora	42
4.2 Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan	44
4.2.1 Kepuasan Pelanggan	44
4.2.2 Loyalitas Pelanggan	48
4.2.3 Hasil Perhitungan CSI dan CLI	51
4.2.4 Hasil Uji Statistik Inferensial	52
4.3 Implikasi Manajerial	54
V SIMPULAN DAN SARAN	57
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN	67
RIWAYAT HIDUP	73

DAFTAR TABEL

1	Daftar merek madu multiflora	1
2	Penelitian terdahulu	13
3	Variabel dalam kuesioner, skala dan keterangan	22
4	Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi	29
5	Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi	31
6	Sebaran responden berdasarkan karakteristik sosioekonomi	32
7	Sebaran responden berdasarkan karakteristik sosioekonomi	34
8	Sebaran responden berdasarkan preferensi konsumsi	35
9	Sebaran responden berdasarkan perilaku pembelian	37
10	Sebaran responden berdasarkan preferensi konsumsi	39
11	Sebaran responden berdasarkan perilaku pembelian	40
12	Masukan dari responden untuk produk madu multiflora	43
13	Skor kepuasan pelanggan untuk indikator <i>performance</i>	45
14	Skor kepuasan pelanggan untuk indikator <i>importance</i>	47
15	Skor loyalitas pelanggan	49
16	Persentase CSI dan CLI	51
17	Hasil Uji ANOVA untuk CSI Seluruh Responden	52
18	Hasil Uji ANOVA untuk CLI Seluruh Responden	52
19	Hasil Uji Tukey untuk CLI Per Generasi	53
20	Hasil Uji Korelasi Skor CSI dengan Skor CLI Responden	53

DAFTAR GAMBAR

1	Produksi Hasil Hutan Bukan Kayu di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2023 (BPS 2023)	2
2	Bagan kerangka pemikiran	19
3	Data persentase Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja di Indonesia menurut kelompok umur di bulan Februari dan Agustus 2025 (BPS 2025)	33
4	Data persentase penduduk yang memiliki/menguasai telepon seluler menurut klasifikasi daerah (BPS 2024)	42

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian	68
---	----------------------	----

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