

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA JASA PEMBIAYAAN ULANG OTOMOTIF RODA EMPAT

IRMA HAYANI



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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 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 :

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

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Pembiayaan Ulang Otomotif Roda Empat” 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, Agustus 2025

Irma Hayani
K1501222184



RINGKASAN

IRMA HAYANI. Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Pembiayaan Ulang Otomotif Roda Empat. Dibimbing oleh TANTI NOVIANTI dan NETTI TINAPRILLA.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam membentuk loyalitas, khususnya pada industri jasa pembiayaan ulang otomotif yang menghadapi persaingan ketat. Loyalitas konsumen dipandang sebagai faktor kunci dalam mempertahankan keberlanjutan bisnis, sehingga diperlukan pemahaman yang komprehensif mengenai pengaruh kepuasan dan kepercayaan terhadap loyalitas dalam konteks layanan pembiayaan ulang.

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei yang melibatkan 119 responden konsumen PT. X. Instrumen penelitian berupa kuesioner berbasis dimensi SERVQUAL, sedangkan analisis data dilakukan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), serta *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas, sementara kepercayaan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas. Analisis IPA mengidentifikasi atribut layanan berupa infrastruktur, aksesibilitas, kecepatan respons, dan penyelesaian masalah sebagai prioritas utama yang perlu ditingkatkan. Hasil perhitungan CSI menempatkan tingkat kepuasan konsumen pada kategori sangat puas dengan skor 86 persen.

Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan yang berfokus pada atribut prioritas tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan, tetapi juga memperkuat kepercayaan yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas konsumen. Kontribusi penelitian ini terletak pada penyediaan bukti empiris mengenai peran mediasi kepercayaan dalam hubungan antara kepuasan dan loyalitas, serta memberikan rekomendasi strategis bagi PT. X untuk meningkatkan daya saing melalui pengelolaan kepuasan, penguatan kepercayaan, dan pengembangan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

Kata kunci: Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kepercayaan Konsumen, Kualitas Layanan, Pembiayaan Ulang Otomotif.

@Hak cipta milik IPB University

SUMMARY

IRMA HAYANI. The Influence of Customer Satisfaction and Trust on Customer Loyalty in Four-Wheel Automotive Refinancing Services. Supervised by TANTI NOVIANTI, and NETTI TINAPRILLA.

This study examines the influence of customer satisfaction and trust on customer loyalty in automotive refinancing services at PT X, a company operating in a highly competitive financial services industry. Customer loyalty is recognized as a critical factor in ensuring business sustainability, and therefore, a comprehensive understanding of the role of satisfaction and trust is essential.

The research employed a quantitative approach through a survey of 119 respondents who were customers of PT X. Data were collected using a SERVQUAL-based questionnaire, while the analysis was conducted through Importance Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), and Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM).

The findings reveal that customer satisfaction has a significant positive effect on trust and loyalty, while trust also significantly influences loyalty. IPA results highlight service attributes such as infrastructure, accessibility, responsiveness, and problem resolution as priority areas for improvement. The CSI score indicates that overall customer satisfaction is categorized as “very satisfied,” with a score of 86 percent.

The results emphasize that strengthening service quality in priority attributes not only enhances satisfaction but also builds customer trust, which in turn reinforces loyalty. Theoretical contributions of this study lie in demonstrating the mediating role of trust in the relationship between satisfaction and loyalty, while practical implications suggest that PT X should implement service quality improvements, ensure transparency and consistency, and design customer retention strategies to foster long-term loyalty and strengthen competitiveness in the refinancing sector.

Keywords: Automotive Refinancing, Customer Satisfaction, Customer Trust, Customer Loyalty, Service Quality.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025 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 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.

PENGARUH KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA JASA PEMBIAYAAN ULANG OTOMOTIF RODA EMPAT

IRMA HAYANI

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

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



Tim Penguji pada Ujian Tesis:

1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, M.F.S.A.
2. Achmad Fadillah, S.E., M.Sc., Ph.D.

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.

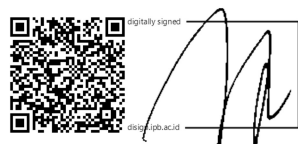
Judul Tesis : Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas
Konsumen pada Jasa Pembiayaan Ulang Otomotif Roda Empat
Nama : Irma Hayani
NIM : K1501222184

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Tanti Novianti S.P., M.Si.



Pembimbing 2:
Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M.



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. 196812291992031016



Tanggal Ujian:
16 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Penelitian ini dilakukan sejak bulan Juli 2024 sampai bulan Agustus 2025 dengan judul “Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Jasa Pembiayaan Ulang Otomotif Roda Empat”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Ibu Dr. Tanti Novianti S.P., M.Si. dan Ibu Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M. yang telah memberikan semangat, arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator ujian, penguji luar komisi pembimbing dan pimpinan PT. X. Akhir kata penulis berharap, semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Irma Hayani

@Hak cipta milik IPB University

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	7
1.4 Manfaat	7
1.5 Ruang Lingkup	8
II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	14
2.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	17
2.4 <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	18
2.5 <i>Partial Least Square Structured Equation Model</i> (PLS SEM)	18
2.6 Penelitian Terdahulu	19
2.7 Kerangka Pemikiran	23
III METODE	25
3.1 Pelaksanaan Penelitian dan Pengumpulan Data	25
3.2 Analisis IPA dan CSI	26
3.3 Hipotesis	29
3.4 Variabel Operasional	32
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	34
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Gambaran Umum Responden	36
4.2 Tingkat Kepentingan dan Kinerja dalam Memenuhi Kepuasan Konsumen	41
4.3 Hubungan Antar Variabel	56
4.4 Implikasi Manajerial	64
V SIMPULAN DAN SARAN	70
5.1 Simpulan	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	80
RIWAYAT HIDUP	93



DAFTAR TABEL

1	Data Penjualan mobil tahun 2020-2023	2
2	Data perbandingan biaya <i>acquisition</i> mobil baru pembiayaan ulang	3
3	Variabel yang digunakan dalam penelitian	14
4	Ikhtisar beberapa penelitian terdahulu	19
5	Kriteria nilai CSI	29
6	Variabel operasional	32
7	Usia responden	36
8	Jenis kelamin responden	36
9	Tingkat pendidikan responden	37
10	Durasi responden menjadi pelanggan	37
11	Pekerjaan responden	38
12	Tingkat pendapatan responden	38
13	Wilayah responden	39
14	Durasi responden bekerja	39
15	Jenis kendaraan responden	40
16	Jumlah akun responden	40
17	Tingkat kesesuaian	42
18	Kategori tingkat kesesuaian	42
19	Rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan	44
20	Tabel kuadran kartesius	45
21	Analisis <i>Customer Satisfaction Index</i> (CSI)	54
22	<i>Outer loading</i>	56
23	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	58
24	Reliabilitas konstruk	59
25	<i>Path coefficient</i>	60
26	<i>R-square</i>	62
27	Pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total	63

DAFTAR GAMBAR

1	Data penjualan mobil di Indonesia pada tahun 2013-2023	1
2	Data persentase pembiayaan ulang mobil baru per tahun 2020-2024	2
3	Jumlah perusahaan pembiayaan di Indonesia tahun 2018-2022	6
4	Ekuitas perusahaan pembiayaan tahun 2018-2022	6
5	Kerangka pemikiran	24
6	Kuadran IPA	28
7	Kerangka konseptual	30
8	Kerangka model PLS-SEM	31
9	Diagram kartesius	46
10	<i>Outer loading</i>	57

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner	81
---	-----------	----