



PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BAURAN PEMASARAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BULEY STEAK

HENRY JONATHAN ADIPUTRA



**PROGRAM STUDI 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.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Buley Steak” 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

Henry Jonathan Adiputra
K1501211060



RINGKASAN

HENRY JONATHAN ADIPUTRA. Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Buley Steak. Dibimbing oleh HARTOYO dan LILIK NOOR YULIATI.

@Hak cipta milik IPB University

Buley Steak merupakan salah satu usaha makanan yang mengkhususkan diri dalam penyajian steak meltique. Buley Steak mengusung konsep *street food* yang menyajikan steak meltique dengan harga yang terjangkau. Meskipun sempat mengalami peningkatan pada 2023, namun jumlah pelanggan Buley Steak mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2024. Buley Steak harus bisa berupaya untuk menghadapi persaingan bisnis dengan meningkatkan loyalitas pelanggannya. Peningkatan loyalitas akan menjadi cara terbaik untuk mendapatkan keuntungan dan keberlangsungan usaha Buley Steak yang masih relatif baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi persepsi dan menganalisis pengaruh kualitas layanan, bauran pemasaran, kepuasan, kepercayaan, terhadap loyalitas pelanggan Buley Steak, serta merumuskan implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Buley Steak.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei secara langsung di lokasi Buley Steak, di mana responden diminta untuk mengisi kuesioner melalui tautan *Google Form*. Sampel penelitian ini pelanggan yang telah mengonsumsi Buley Steak minimal satu tahun terakhir. Responden terdiri dari 280 orang yang dipilih secara *purposive sampling*. Variabel bebas dalam penelitian adalah kualitas layanan dan bauran pemasaran. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas. Teknik pengolahan dan analisis data melalui analisis deskriptif dan *Structural Equation Modelling*.

Hasil identifikasi persepsi menunjukkan bahwa pelanggan menilai kualitas layanan dan strategi bauran pemasaran cukup baik, yang berdampak positif terhadap kepuasan dan kepercayaan. Elemen-elemen bauran pemasaran seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik dinilai memberikan kontribusi penting dalam membentuk pengalaman pelanggan secara menyeluruh.

Analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepuasan berperan penting dalam membentuk loyalitas, sementara kepercayaan tidak terbukti menjadi mediator yang signifikan antara kualitas layanan dan loyalitas.

Implikasi manajerial yang dapat diterapkan oleh Buley Steak untuk meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan melalui program loyalitas digital, optimalisasi bauran pemasaran, serta sistem umpan balik pelanggan yang responsif.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Kepercayaan, Kepuasan, Kualitas Layanan, Loyalitas



SUMMARY

HENRY JONATHAN ADIPUTRA. The Effect of Service Quality, Marketing Mix, Customer Satisfaction, and Customer Trust on Customer Loyalty at Buley Steak. Supervised by HARTOYO, and LILIK NOOR YULIATI.

Buley Steak is a culinary business specializing in the serving of meltique steak. It adopts a street food concept that offers meltique steak at affordable prices. Although it experienced growth in 2023, Buley Steak saw a significant decline in customer numbers in 2024. To remain competitive in the market, Buley Steak must strengthen customer loyalty. Enhancing loyalty is considered the most effective strategy to ensure profitability and long-term sustainability, especially for a relatively new business like Buley Steak. This study aims to identify customer perceptions and analyze the influence of service quality, marketing mix, satisfaction, and trust on customer loyalty toward Buley Steak, as well as to formulate managerial implications that can be applied by the company.

This research employs a quantitative approach through a direct survey conducted at the Buley Steak location, where respondents were invited to complete a questionnaire via a Google Form link. The sample consists of end consumers who have consumed Buley Steak products for at least the past year. A total of 280 respondents were selected using purposive sampling. The independent variables in this study are service quality and the marketing mix. The dependent variables are trust, satisfaction, and loyalty. Data processing and analysis were conducted using descriptive analysis and Structural Equation Modelling (SEM).

The results of the perception analysis indicate that customers perceive the service quality and marketing mix strategies as relatively good, which positively influence satisfaction and trust. Elements of the marketing mix such as product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence are considered to contribute significantly to shaping the overall customer experience.

The analysis shows that both service quality and the marketing mix have a significant influence on customer satisfaction and trust. Satisfaction plays a crucial role in fostering loyalty, while trust does not prove to be a significant mediator between service quality and loyalty.

Managerial implications that Buley Steak can implement to enhance customer loyalty include improving service quality, satisfaction, and trust through digital loyalty programs, optimizing marketing mix strategies, and establishing a responsive customer feedback system.

Keywords: Loyalty, Marketing Mix, Satisfaction, Service Quality, Trust.



@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.

© 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.

PENGARUH KUALITAS LAYANAN, BAURAN PEMASARAN, KEPUASAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BULEY STEAK

HENRY JONATHAN ADIPUTRA

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**



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. Asep Taryana, S.TP, MM
- 2 Dr. Nur Hasanah, S.Kom, M.Eng



Judul Tesis : Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Buley Steak
Nama : Henry Jonathan Adiputra
NIM : K1501211060

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Hartoyo, M.Sc.

Pembimbing 2:
Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A.



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: 12 Agustus 2025

Tanggal Lulus:



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 penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Juni 2025 ini ialah Tesis, dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Bauran Pemasaran, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Buley Steak”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Bapak Prof. Dr. Hartoyo, M.Sc. dan Ibu Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yulianti, M.F.S.A. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ibu Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si., selaku penguji luar komisi, serta kepada Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M., yang selain menjadi penguji luar komisi juga berperan sebagai moderator kolokium dan seminar pada penelitian ini. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Buley Steak yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, dan doa.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2025

Henry Jonathan Adiputra

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kualitas Layanan	7
2.2 Bauran Pemasaran	8
2.3 Kepuasan Pelanggan	9
2.4 Kepercayaan Pelanggan	10
2.5 Loyalitas Pelanggan	11
2.6 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan	11
2.7 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan	12
2.8 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan	12
2.9 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepercayaan	13
2.10 Pengaruh Kepuasan terhadap Kepercayaan	14
2.11 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas	15
2.12 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas	15
2.13 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas	16
2.14 Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas	17
2.15 Kerangka Pikir Penelitian	18
III METODE	19
3.1 Lokasi, Waktu dan Pendekatan Penelitian	19
3.2 Jenis dan Sumber Data	19
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Variabel dan Indikator Pengukuran	20
3.6 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	24
3.7 Uji Validitas, Reliabilitas, dan SEM-PLS	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran Umum Buley Steak	26
4.2 Karakteristik Responden	26
4.3 Perilaku Pelanggan	27
4.4 Deskripsi Indikator Variabel	29
4.5 Hasil Analisis SEM-PLS	37
4.6 Kontribusi Indikator terhadap Variabel	44
4.7 Pengujian Hipotesis Pengaruh Langsung (<i>Bootstrapping</i>)	48
4.8 Pengujian Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Mediasi)	55
4.9 Implikasi Manajerial	58
4.10 Keterbatasan Penelitian	59



DAFTAR ISI (LANJUTAN)

V	SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Simpulan	61
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	63
	LAMPIRAN	70
	RIWAYAT HIDUP	77

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.



DAFTAR TABEL

1	Definisi operasional dan variabel indikator	21
2	Sebaran responden berdasarkan karakteristik demografi	26
3	Sebaran responden berdasarkan perilaku pelanggan Buley Steak	28
4	Sebaran indikator variabel <i>tangible</i>	29
5	Sebaran indikator variabel <i>reliability</i>	30
6	Sebaran indikator variabel <i>assurance</i>	30
7	Sebaran indikator variabel <i>responsiveness</i>	30
8	Sebaran indikator variabel <i>empathy</i>	31
9	Sebaran indikator variabel <i>product</i>	31
10	Sebaran indikator variabel <i>price</i>	32
11	Sebaran indikator variabel <i>place</i>	32
12	Sebaran indikator variabel <i>promotion</i>	32
13	Sebaran indikator variabel <i>people</i>	33
14	Sebaran indikator variabel <i>process</i>	33
15	Sebaran indikator variabel <i>physical evidence</i>	34
16	Sebaran indikator variabel <i>revisit intention</i>	34
17	Sebaran indikator variabel <i>expectation confirmation</i>	34
18	Sebaran indikator variabel <i>willingness to recommend</i>	35
19	Sebaran indikator variabel <i>benevolence</i>	35
20	Sebaran indikator variabel <i>ability</i>	36
21	Sebaran indikator variabel <i>integrity</i>	36
22	Sebaran indikator variabel <i>repeat purchase</i>	36
23	Sebaran indikator variabel <i>retention</i>	37
24	Sebaran indikator variabel <i>refferals</i>	37
25	Parameter uji validitas dan reliabilitas dalam PLS	38
26	Nilai <i>outer loading</i> .	38
27	Nilai <i>average variance extracted</i> (AVE)	40
28	Nilai <i>discriminant validity</i> (<i>cross loading</i>)	40
29	Nilai reliabilitas	42
30	Nilai <i>R-square</i>	42
31	Nilai <i>Q-square</i>	43
32	Nilai SRMR, d_ ULS	44
33	Hasil uji pengaruh langsung antar variabel	50
34	Hasil uji pengaruh tidak langsung antar variabel	56



DAFTAR GAMBAR

1	Kontribusi sektor makanan dan minuman terhadap PDB	1
2	Rating Buley Steak	2
3	Jumlah Pelanggan Buley Steak tahun 2022-2024	4
4	Kerangka pemikiran	18
	<i>Output bootstrapping</i>	49

DAFTAR LAMPIRAN

	Kuesioner Penelitian	71
--	----------------------	----