

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN
BALANCED (STUDI PADA CPPETINDO)**



TESIS

IVAN BACHTIAR PANDAPOTAN NABABAN 2410121007

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN
BALANCED (*STUDI PADA CPPETINDO*)**



TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Magister Manajemen**

IVAN BACHTIAR PANDAPOTAN NABABAN 2410121007

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI & BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tesis ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan

NIM : 2410121007

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan)

PERSETUJUAN PUBLIKASI

29 Juni 2026

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ)

Dengan hormat,

Bersama surat ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan
NIM : 2410121007
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (FEB)

Dengan ini menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa saya akan berusaha sebaik mungkin untuk menyelesaikan publikasi ilmiah minimal Sinta 3 sebagai syarat kelulusan program Magister Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta (UPNVJ).

Saya menyadari bahwa publikasi ilmiah ini merupakan bagian penting dalam menyelesaikan studi saya dan akan berusaha semaksimal mungkin untuk mencapainya sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPNVJ.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Saya menyadari bahwa konsekuensi dari tidak melaksanakan publikasi ilmiah dengan waktu yang ditentukan adalah ujian sidang tesis siap diulang kembali. Atas perhatian dan kebijaksanaan Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Ivan Bachtiar Pandapotan Nababan
2410121007

TESIS

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN BALANCED (STUDI PADA CPPETINDO)

Dipersiapkan dan disusun oleh :

IVAN BACHTIAR PANDAPOTAN NABABAN 2410121007

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : Juli 2026
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

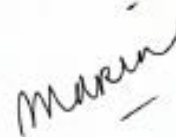


(Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP)
Ketua Penguji



(Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si)

Penguji 1



(Dr. Maria Assumpta Wikantari, SS., MBA.,
CWM)

Penguji 2 (Pembimbing I)



(Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M)
Pembimbing II



Dr. Jubaedah, SE.MM
Dekan



Dr. Ranila Suciati, SE., MM., CFP.
Koordinator Prodi Magister Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : Juni 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perception, perceived value, perceived quality, customer satisfaction, and customer trust on customer loyalty toward Ken Balanced Nutrition Fish Food at CPPETINDO, as well as to examine the mediating role of customer trust. This research is motivated by the increasing competition in the pet food industry, particularly in ornamental fish feed products, which requires companies not only to maintain product quality but also to build customer trust and loyalty. This study employed a quantitative approach, with data collected through questionnaires. The research sample consisted of 250 respondents who had purchased and used Ken Balanced Nutrition Fish Food. The sampling technique used was non-probability sampling with specific respondent criteria. The data were analyzed using the Partial Least Square-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with SmartPLS software.

The results show that price perception, perceived quality, customer satisfaction, and customer trust have a positive and significant effect on customer loyalty. Meanwhile, perceived value does not have a significant direct effect on customer loyalty. The findings also indicate that customer trust mediates the effect of perceived value, perceived quality, and customer satisfaction on customer loyalty. However, customer trust does not mediate the effect of price perception on customer loyalty. The R-square value indicates that the research model has strong explanatory power for both customer trust and customer loyalty. These findings suggest that customer loyalty toward Ken Balanced Nutrition Fish Food is mainly shaped by perceived quality, customer satisfaction, and customer trust rather than by perceived value directly. Therefore, the company needs to maintain consistent product quality, improve customer satisfaction, and strengthen customer trust in order to sustain customer loyalty.

Keywords: price perception, perceived value, perceived quality, customer satisfaction, customer trust, customer loyalty.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *price perception*, *perceived value*, *perceived quality*, *customer satisfaction*, dan *customer trust* terhadap *customer loyalty* pada produk Ken Balanced Nutrition Fish Food di CPPETINDO, serta menguji peran *customer trust* sebagai variabel mediasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya persaingan dalam industri *petfood*, khususnya pakan ikan hias, yang menuntut perusahaan untuk tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Sampel penelitian terdiri dari 250 responden yang pernah membeli dan menggunakan produk Ken Balanced Nutrition Fish Food. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan kriteria tertentu. Data dianalisis menggunakan metode *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *price perception*, *perceived quality*, *customer satisfaction*, dan *customer trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer loyalty*. Sementara itu, *perceived value* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap *customer loyalty*. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *customer trust* berperan sebagai variabel mediasi pada pengaruh *perceived value*, *perceived quality*, dan *customer satisfaction* terhadap *customer loyalty*. Namun, *customer trust* tidak memediasi pengaruh *price perception* terhadap *customer loyalty*. Nilai R-square menunjukkan bahwa model penelitian memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap variabel *customer trust* dan *customer loyalty*. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan Ken Balanced Nutrition Fish Food lebih banyak dibentuk oleh persepsi kualitas, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan dibandingkan nilai yang dirasakan secara langsung. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga konsistensi kualitas produk, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta memperkuat kepercayaan konsumen agar loyalitas pelanggan dapat terus dipertahankan.

Kata kunci: *Price perception, perceived value, perceived quality, customer satisfaction, customer trust, customer loyalty.*

HALAMAN PENGESAHAN

USULAN SIDANG TESIS

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN BALANCED (STUDI PADA CPPETINDO)

Dipersiapkan dan disusun oleh:

IVAN BACHTIAR PANDAPOTAN NABABAN

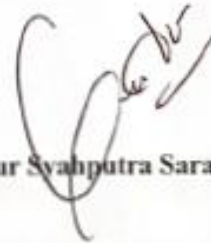
2410121007

Pembimbing I



Dr. Maria Assumpta Wikantari,
S.S.,MBA.,CWM.

Pembimbing II



Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M.

Jakarta, Juni 2026

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Program Magister



Dr. Ranila Suciati, SE., MM.,CFP.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Analisis Loyalitas Pelanggan Pakan Ikan Ken Balanced (Studi Pada Cppetindo)” dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen. Dalam proses penyusunan tesis ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak, tesis ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya selama proses penyusunan tesis ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa memberikan doa, dukungan moral, motivasi, dan kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
3. Bapak/Ibu Dosen Pembimbing, yaitu Dr. Maria Assumpta Wikantari, S.S., MBA., CWM, selaku Dosen Pembimbing I dan Dr. Guntur Syahputra Saragih, M.S.M. selaku Dosen Pembimbing II, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran selama proses penelitian dan penyusunan tesis ini.
4. Bapak/Ibu Dosen Penguji, yaitu Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP., selaku Ketua Penguji dan Dr. Alfatih Sikki Manggabarani, S.E., M.Si., selaku Dosen Penguji I, yang telah meluangkan waktu untuk menguji serta memberikan kritik, saran, arahan, dan masukan yang konstruktif sehingga tesis ini dapat disempurnakan dengan lebih baik.
5. Seluruh Dosen dan Civitas Akademika Program Magister Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat selama masa perkuliahan.

6. Manajemen dan rekan kerja di Perusahaan Petfood CPPETINDO yang telah memberikan dukungan serta membantu penulis dalam memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
7. Seluruh responden penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
8. Sahabat, rekan mahasiswa, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan bantuan, semangat, dan dukungan selama proses penyusunan tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan dan penyempurnaan penelitian di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen pemasaran, maupun bagi perusahaan, akademisi, dan pihak-pihak lain yang membutuhkan.

DAFTAR ISI

ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN BALANCED (STUDI PADA CPPETINDO)	i
ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN PAKAN IKAN KEN BALANCED (<i>STUDI PADA CPPETINDO</i>)	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
TESIS	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
HALAMAN PENGESAHAN	ix
PRAKATA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
a. <i>Bagi Perusahaan (Petfood CPPETINDO)</i>	13
b. <i>Bagi Konsumen</i>	13
c. <i>Bagi Akademisi</i>	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Manajemen Pemasaran	14
2.1.2 Perilaku Konsumen	15
2.1.3 Loyalitas Pelanggan (<i>Customer loyalty</i>)	16
2.1.4 Kepercayaan Pelanggan (<i>Customer trust</i>)	17
2.1.5 Persepsi Harga (<i>Price perception</i>)	19

2.1.6	Persepsi Kualitas (<i>Perceived quality</i>)	20
2.1.7	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer satisfaction</i>)	21
2.1.8	Persepsi Nilai (<i>Perceived value</i>)	23
2.2	Hasil Penelitian Sebelumnya	25
2.3	Model Penelitian	28
2.4	Hipotesis	29
BAB III.....		30
METODOLOGI PENELITIAN.....		30
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	30
3.2	Penentuan Populasi dan Sampel Penelitian	32
2.2.1	Populasi	32
2.2.2	Sampel	32
3.3	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1	Jenis Data	33
3.3.2	Sumber Data	33
3.3.3	Pengumpulan Data	33
3.4	Teknik Analisis Data	34
3.4.1	Pre Test	34
3.4.2	Analisis Statistik Deskriptif.....	35
3.4.3	Analisis Statistik Inferensial.....	35
3.5	Uji Hipotesis	35
3.5.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	36
3.5.2	Uji Mediasi (<i>Indirect Effect</i>)	36
3.5.3	Uji Mediasi dengan <i>Variance Accounted For</i> (VAF).....	36
BAB IV.....		38
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		38
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	38
4.2	<i>Pre-test</i>	40
4.2.1	<i>Content Validity</i>	40
4.2.2	<i>Construct Validity</i>	41
4.3	Deskripsi Data Penelitian.....	42
4.3.1	Deskripsi Data Responden	42
4.3.2	Analisis Data Deskriptif.....	46
4.4	Analisis Data Inferensial.....	55
4.4.1	Evaluasi Outer model	56
4.4.2	Uji Validitas	59

4.4.3	Uji Reabilitas	61
4.4.4	Evaluasi Validitas Konvergen	62
4.5	Uji Hipotesis dan Analisis	77
4.5.1	Uji Pengaruh Langsung (<i>Direct Effect</i>)	77
4.5.2	Uji Mediasi (Efek Terbalik)	79
4.6	Pembahasan	84
BAB V		94
KESIMPULAN DAN SARAN		94
5.1	KESIMPULAN	94
5.2	Keterbatasan Penelitian	95
5.3	Saran	96
DAFTAR PUSTAKA		98
RIWAYAT HIDUP		102
LAMPIRAN		103

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Grafik 4.2 Responden Berdasarkan Usia	57
Grafik 4.3 Responden Berdasarkan Domisili	58
Grafik 4.4 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	59
Grafik 4.5 Statistik Deskriptif Price Perception	61
Grafik 4.6 Statistik Deskriptif Perceived Quality	62
Grafik 4.7 Statistik Deskriptif Customer Satisfaction	63
Grafik 4.8 Statistik Deskriptif Perceived Value	64
Grafik 4.9 Statistik Deskriptif Customer Trust	65
Grafik 4.10 Statistik Deskriptif Customer Loyalty	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1 Pengukuran Variabel	42
Tabel 3.2 Bobot Penilaian Skala Likert	44
Tabel 3.3 Instrumen Kisi-Kisi Penelitian	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian	59
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Price Perception	61
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Perceived Quality	62
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Customer Satisfaction	63
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Perceived Value	64
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Customer Trust	65
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Customer Loyalty	66
Tabel 4.11 Hasil Outer Loading	68
Tabel 4.12 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 4.13 Hasil Composite Reliability	70
Tabel 4.14 Hasil Cronbach's Alpha	70
Tabel 4.15 Hasil HTMT	71
Tabel 4.16 Nilai R-Square	73
Tabel 4.17 Nilai F-Square	74
Tabel 4.18 Nilai Q-Square Predict	75
Tabel 4.19 Hasil Model Fit	76

Tabel 4.20 Hasil Pengujian Hipotesis	78
Tabel 4.21 Hasil Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	80
Tabel 4.22 Nilai Variance Accounted For (VAF)	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	37
Gambar 4.1 Logo PT Central Proteina Prima Tbk	54
Gambar 4.2 Struktur Model PLS-SEM	67
Gambar 4.3 Hasil Bootstrapping	77