

TESIS
PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN
PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN
PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI



Diajukan Oleh :

Dewi Tri Murniningsih Saputri

NPM : 235027843

PROGRAM STUDI MAGISTER
MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS DAN
EKONOMIKA UNIVERSITAS
ATMAJAYA YOGYAKARTA 2024



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PERSETUJUAN TESIS

Nama : Dewi Tri Murniningsih Saputri
Nomor Pokok Mahasiswa : 235027843
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Reputasi dan Kepercayaan terhadap
loyalitas pelanggan dengan Nilai Antisipasi
Pelanggan, Kepuasan Pelanggan serta Persaingan
sebagai variabel Moderasi.

Nama Pembimbing

Tanggal

Tanda Tangan

1. Wenefrida Mahestu N.
Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

8/1/2025

2. Elisabet Dita
Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

8/1-2025



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

PENGESAHAN TESIS

Nama : Dewi Tri Murniningsih Saputri
Nomor Pokok Mahasiswa : 235027843/PS/MM
Konsentrasi : Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan
Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan
Persaingan sebagai Variabel Moderasi

Nama Penguji

(Ketua)

Wenefrida Mahestu N.
Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Tanggal

24/01/2025

Tanda Tangan

(Anggota)

Elisabet Dita
Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

24/01/2025

(Anggota)

Dr. J. Ellyawati, M.M.

24 Januari 2025



Wenefrida Mahestu N.
Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D.

Ketua Program Studi

Elisabet Dita
Septiari, S.E., M.Sc., Ph.D.

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sungguh menyatakan bahwa tesis dengan judul:

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI adalah karya saya sendiri yang belum pernah digunakan untuk mendapatkan gelar pada program studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta ataupun pada program studi lainnya yang berupa tulisan, data, gambar, analisis, kesimpulan dan saran, kecuali yang secara tertulis menyebutkan sumber acuan dalam tesis ini. Jika di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan duplikasi, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan ke Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Januari 2024

Yang menyatakan,



Dewi Tri Murniningsih Saputri

INTISARI

PENGARUH REPUTASI, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN PERSAINGAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh reputasi dan kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan dengan mempertimbangkan persaingan sebagai variabel moderasi. Penurunan jumlah siswa baru selama lima tahun terakhir menjadi isu utama, yang menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan loyalitas orang tua siswa. Penelitian kuantitatif ini melibatkan 193 responden dengan pendekatan kuisioner skala Likert untuk menganalisis hubungan antarvariabel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi dan kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan orang tua siswa terbukti sebagai mediasi penting dalam meningkatkan loyalitas, sementara nilai antisipasi pelanggan memperkuat hubungan ini, terutama dalam konteks persaingan ketat antar sekolah di wilayah sekitar. Temuan ini menegaskan pentingnya inovasi, kualitas layanan, dan komunikasi untuk memperkuat reputasi dan kepercayaan. Sebagai kesimpulan, peningkatan loyalitas pelanggan dapat dicapai melalui penguatan reputasi sekolah, peningkatan kualitas pendidikan, dan strategi pemasaran yang efektif. Disarankan agar sekolah memperkuat program-program unik yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan memperhatikan dinamika persaingan melalui survei periodik dan pendekatan berbasis data. Penelitian ini berkontribusi pada literatur manajemen pendidikan dengan memberikan wawasan praktis bagi pengelola sekolah swasta.

Kata Kunci

Reputasi, Kepercayaan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Nilai Antisipasi Pelanggan, Persaingan, Pendidikan.

ABSTRACT

This study aims to explore the influence of reputation and trust on customer loyalty by considering competition as a moderating variable. The decline in the number of new students over the past five years has become a major issue, indicating challenges in maintaining parent loyalty. This quantitative study involved 193 respondents with a Likert scale questionnaire approach to analyze the relationship between variables. The results showed that reputation and trust have a significant influence on customer loyalty. Parent satisfaction proved to be an important mediator in increasing loyalty, while customer anticipation value strengthened this relationship, especially in the context of intense competition between schools in the surrounding area. These findings emphasize the importance of innovation, service quality, and communication to strengthen reputation and trust. In conclusion, increasing customer loyalty can be achieved through strengthening school reputation, improving education quality, and effective marketing strategies. It is recommended that schools strengthen unique programs that are relevant to community needs and pay attention to competitive dynamics through periodic surveys and data-driven approaches. This study contributes to the educational management literature by providing practical insights for private school managers.

Keywords

Reputation, Trust, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Customer Value Anticipation, Competition, Education.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang dengan kasih dan rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Reputasi, Kepercayaan dan Kepuasan Kelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Nilai Antisipasi dan Persaingan sebagai variabel Moderasi.” di SMP Maria Mediatrix Semarang. Tesis ini disusun dengan tujuan untuk memberikan wawasan yang lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam dunia pendidikan.

Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi Yayasan Marsudirini khususnya SMP Maria Mediatrix Semarang dalam merumuskan strategi yang efektif untuk meningkatkan jumlah siswa dengan memperkuat reputasi, membangun kepercayaan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari berbagai hambatan, namun berkat bantuan, doa serta dukungan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan dengan baik. Untuk itu penulis menghaturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah Bapa di Surga, Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria
2. Bapak Dr. G. Sri Nurhartanto, S.H., LL.M. selaku Rektor Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Ibu Wenefrida Mahestu Noviandra Krisjanti, S.E., M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Ibu Elisabet Dita Septiari, S.E., M.Sc.Ph.D. selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Suster M. Patrice, OSF selaku Ketua Dewan Pembina Pendidikan Yayasan Marsudirini.
6. Suster M. Christella, OSF, S.Pd selaku Ketua Yayasan Marsudirini yang telah memberikan kepercayaan dan dukungan penuh dalam proses perkuliahan dan penyelesaian tesis.
7. Suster M. Susana, OSF selaku Ketua Yayasan Marsudirini Perwakilan Bangkok yang memberikan dukungan penuh dalam proses perkuliahan dan penyelesaian tesis.
8. V.S. Ariyanto, S.Pd.,M.M. selaku Kepala SMP Maria Mediatrix Semarang periode lalu yang telah memberi dukungan dan semangat untuk melaksanakan tugas studi lanjut.
9. Kristian Purwaatmojo, S.Pd., M.Pd. selaku Kepala SMP Maria Mediatrix Semarang baru yang selalu memberi kebijakan dan semangat hingga selesai tugas studi lanjut.
10. Bapak/Ibu Guru serta karyawan SMP Maria Mediatrix Semarang yang telah memberikan berbagai bantuan, informasi dan data-data yang diperlukan dalam penelitian.
11. Sr.M.Margaretha OSF S.Pd
12. Orangtua tercinta Bapak Ignatius Djunaedi (Alm) dan Ibu Cyrenia Tri Mursi yang selalu memberikan dukungan, doa serta cinta yang luar biasa selama proses perkuliahan sampai selesai penulisan laporan ini
13. Anakku tercinta Emmanuella Nirindra Hanum S J, yang selalu memberikan dukungan, kebahagiaan, dan semangat dalam setiap langkah hidup saya.

kehadiranmu adalah berkat yang luar biasa, dan cintamu memberi kekuatan untuk terus maju.

14. Adik-adikku tercinta, Natalia Berlianti, Dyah Ratna Ari A, Arya Krisnanda, Y.Nur Arifin serta keluarga besar Sastro Sukaryo yang selalu memberikan semangat. doa-doa dan memberi motivasi kepada penulis selama menjalani studi.

15. Semua teman seperjuangan Magister Manajemen kelas Marsudirini yang senantiasa kompak, saling mendukung dan memotivasi selama proses perkuliahan serta dalam menyusun tesis ini.

16. Terima kasih kepada teman-teman yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat Yohanes Sudarna S.Pd,M.M, Catur Budi Utomo S.E, M.M

Anita Dyah Mayasari S.Pd, yang meskipun dalam obrolan santai tetap memberi inspirasi dan perspektif baru yang bermanfaat dalam proses penulisan tesis ini.

Penulis menyadari dan minta maaf bahwa masih banyak kekurangan dalam menyusun tesis ini. Semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan memberi dampak positif bagi dunia pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TESIS.....	iii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Batasan Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
B. Penelitian Terdahulu	19
C. Pengembangan Hipotesis	26
D. Gambar Model Penelitian	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	37
A. Desain Penelitian.....	37
B. Profil Instansi	37
C. Metode Pengumpulan Data.....	38
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Populasi dan sampel.....	41
F. Metode Pengujian Instrumen Penelitian.....	45
G. Evaluasi Model Pengukuran Reflektif.....	46
BAB IV PEMBAHASAN	50
A. Pendahuluan.....	50
B. Karakteristik Responden	51
C. Uji Instrumen	59
D. Pembahasan	70
BAB V PENUTUP	76
5.1. Kesimpulan	76
5.2. Implikasi Manajerial	80
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	83
5.4. Saran untuk Penelitian Selanjutnya	84
Kuesioner	93