

PENGARUH MANAJEMEN MUTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN GANESHA
MOCKTAIL

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen
Perkantoran Konsentrasi Manajemen Mutu



Oleh:

Ellenia Rahmani Rizky Zainab

NIM 2012915

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN PERKANTORAN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2024

PENGARUH MANAJEMEN MUTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN GANESHA MOCKTAIL

Oleh
Ellenia Rahmani Rizky Zainab
S.Pd. UPI, 2016

Sebuah Tesis yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Sains (M.Si.) pada Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia Program Studi Manajemen Perkantoran

© Ellenia Rahmani Rizky Zainab 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Januari 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Tesis ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH MANAJEMEN MUTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN GANESHA MOCKTAIL

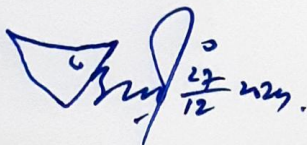
Oleh:

Ellenia Rahmani Rizky Zainab
NIM 2012915

Tesis ini disetujui dan disahkan oleh:

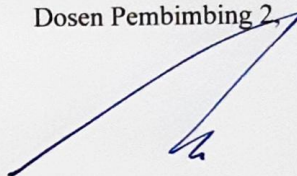
Menyetujui

Dosen Pembimbing 1



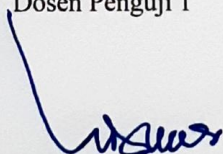
Prof. Dr. H. A. Sobandi, M.Si.M.Pd
NIP 195704011984031003

Dosen Pembimbing 2



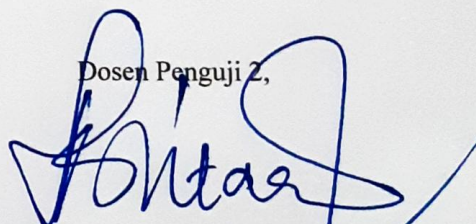
Dr. Rasto, M.Pd.
NIP. 197207112001121001

Dosen Penguji 1



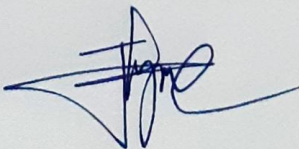
Prof. Dr. H. Edi Suryadi, M.Si.
NIP. 196004121986031002

Dosen Penguji 2,



Prof. Dr. Hj. Nani Sutarni, M.Pd.
NIP. 196111081986012003

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Magister Manajemen Perkantoran



Dr. Tutik Inayati, S.Mn., M. SM.
NIP. 920200419860322001

ABSTRAK

Ellenia Rahmani Rizky Zainab. “ PENGARUH MANAJEMEN MUTU DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS YANG DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN GANESHA MOCKTAIL “.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh manajemen mutu dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan di Ganesha Mocktail, sebuah kafe yang berlokasi strategis di Kota Bandung. Dalam persaingan yang semakin ketat, kualitas pelayanan dan manajemen mutu menjadi faktor strategis untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif dan verifikatif. Desain penelitian yang diterapkan adalah survei dengan kuesioner sebagai instrumen utama. Penelitian deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran tentang manajemen mutu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Metode verifikatif digunakan untuk menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Data dianalisis menggunakan analisis jalur untuk menguji hubungan langsung maupun tidak langsung antara manajemen mutu, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen mutu dan kualitas pelayanan di Ganesha Mocktail berada pada tingkat yang tinggi, yang berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pelanggan merasa puas dengan layanan dan produk yang diberikan, serta menunjukkan loyalitas yang cukup baik dengan kesediaan untuk berkunjung kembali. Manajemen mutu dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan terbukti memediasi pengaruh manajemen mutu dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi manajemen mutu dan kualitas pelayanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel intervening yang memperkuat hubungan antara manajemen mutu, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan. Temuan ini memberikan wawasan strategis bagi pengelola UMKM dalam meningkatkan mutu layanan dan produk untuk mempertahankan daya saing di pasar yang kompetitif.

Kata kunci : *Loyalitas pelanggan, Manajemen mutu, Kualitas Pelayanan, Kepuasan pelanggan.*

ABSTRACT

Ellenia Rahmani Rizky Zainab. "THE INFLUENCE OF QUALITY MANAGEMENT AND SERVICE QUALITY ON LOYALTY MEDIATED BY CUSTOMER SATISFACTION AT GANESHA MOCKTAIL."

This study aims to analyze the influence of quality management and service quality on customer loyalty mediated by customer satisfaction at Ganesha Mocktail, a strategically located café in Bandung City. In an increasingly competitive market, service quality and quality management become strategic factors in fostering customer loyalty. This research employs a quantitative approach using descriptive and verificative methods. The research design involves a survey with a questionnaire as the primary instrument. Descriptive research is conducted to provide an overview of quality management, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. Verificative methods are used to examine the relationships among the variables studied. Data were analyzed using path analysis to assess both direct and indirect relationships between quality management, service quality, customer satisfaction, and customer loyalty. The findings indicate that quality management and service quality at Ganesha Mocktail are at a high level, significantly impacting customer satisfaction. Customers are satisfied with the services and products provided and show substantial loyalty, as evidenced by their willingness to revisit. Quality management and service quality have a direct influence on customer loyalty. Additionally, customer satisfaction mediates the effect of quality management and service quality on customer loyalty. This study implies that the higher the quality management and service quality, the higher the levels of customer satisfaction and loyalty. Customer satisfaction acts as an intervening variable that strengthens the relationship between quality management, service quality, and customer loyalty. These findings provide strategic insights for MSME managers to enhance service and product quality to maintain competitiveness in a highly competitive market.

Keywords: Customer loyalty, Quality management, Service quality, Customer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1. Latar Belakang Masalah.....	14
1.2. Rumusan Masalah	18
1.3. Tujuan Penelitian.....	19
1.4. Manfaat Penelitian.....	20
1.4.1. Manfaat Teoritis	20
1.4.2. Manfaat Praktis.....	20
1.5. Struktur Organisasi Tesis	20
BAB II KAJIAN PUSTAKA	22
2.1. Kajian Pustaka.....	22
2.1.1. Manajemen	22
2.1.1.1. Pengertian Manajemen.....	22
2.1.1.2. Fungsi Manajemen	23
2.1.1.3. Tujuan Manajemen.....	24
2.1.2. Konsep Manajemen Mutu	24
2.1.2.1. Pengertian Manajemen Mutu	24
2.1.2.2. Element Praktik TQM	26
2.1.2.3. Tujuan dan Manfaat Manajemen Mutu.....	29
2.1.2.4. Unsur – Unsur <i>Total Quality Management</i> (TQM) .	29
2.1.3. Konsep Kualitas Pelayanan	31

2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	31
2.1.3.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	32
2.1.3.3. Dimensi/Indikator Kualitas Pelayanan.....	33
2.1.3.4. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	34
2.1.4. Konsep Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.2. Model Kepuasan Pelanggan	36
2.1.4.3. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	38
2.1.4.4. Tipe-Tipe Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	40
2.1.5. Konsep Loyalitas Pelanggan	41
2.1.5.1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	41
2.1.5.2. Tahap Pembentukan Loyalitas	42
2.1.5.3. Jenis-Jenis Loyalitas Pelanggan.....	43
2.1.5.4. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan	44
2.1.5.5. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	45
2.2. Penelitian Terdahulu	45
2.3. Kerangka Pemikiran.....	51
2.4. Hipotesis Penelitian.....	57
BAB III METODE PENELITIAN	58
3.1. Desain Penelitian.....	58
3.2. Objek Penelitian	58
3.3. Metode Penelitian.....	59
3.4. Jenis dan Sumber Data Penelitian	59
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	60
3.6. Teknik Pengumpulan Data	69
3.7. Populasi dan Sample	70
3.7.1. Populasi	70
3.7.2. Sample	70
3.8. Pengujian Instrumen.....	72

3.8.1. Uji Validitas	72
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	73
3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	74
3.9.1. Analisis Deskriptif.....	74
3.9.2. Method of Successive Interval (MSI)	76
3.9.3. SEM-PLS.....	77
3.9.4. Pengujian Hipotesis.....	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	82
4.1. Hasil Penelitian	82
4.1.1. Gambaran Umum Responden	82
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	82
4.1.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa kali Berkunjung Ke Ganesha Mocktail.....	83
4.1.2. Pengujian Instrumen.....	83
4.1.2.1. Uji Validitas	84
4.1.2.2. Uji Reliabilitas.....	87
4.1.3. Gambaran Umum Variabel Penelitian	88
4.1.3.1. Analisis Deskriptif mengenai Manajemen Mutu	88
4.1.3.2. Analisis Deskriptif mengenai Kualitas Pelayanan ..	90
4.1.3.3. Analisis Deskriptif mengenai Kepuasan Pelanggan	92
4.1.3.4. Analisis Deskriptif mengenai Loyalitas Pelanggan	94
4.1.3.5. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	95
4.1.3.6. Outer Model	97
4.1.3.7. Inner Model	101
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian	107
4.2.1. Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Loyalitas Pelanggan .	107
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan	108
4.2.3. Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Kepuasan Pelanggan	110

4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	111
4.2.5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan	113
4.2.6. Pengaruh Manajemen Mutu terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	115
4.2.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.....	117
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1. Kesimpulan.....	120
5.2. Saran	121
DAFTAR RUJUKAN	123
LAMPIRAN.....	127

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel Manajemen Mutu.....	61
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan	64
Tabel 3.3	Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	67
Tabel 3.4	Operasionalisasi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	68
Tabel 3.5	Skala likert	74
Tabel 3.6	Kelas Interval.....	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	82
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Sudah Berapa kali Berkunjung Ke Ganesha Mocktail.....	83
Tabel 4.4	Uji Validitas Manajemen Mutu	84
Tabel 4.5	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	85
Tabel 4.6	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan	86
Tabel 4.7	Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	86
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.9	Tanggapan Responden mengenai Manajemen Mutu.....	88
Tabel 4.10	Tanggapan Responden mengenai Kualitas Pelayanan.....	91
Tabel 4.11	Tanggapan Responden mengenai Kepuasan Pelanggan.....	93
Tabel 4.12	Tanggapan Responden mengenai Loyalitas Pelanggan.....	94
Tabel 4.13	<i>Convergent Validity (Loading Factor)</i>	98
Tabel 4.14	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	99
Tabel 4.15	Diskriminan Validity	100
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas	101
Tabel 4.17	Rsquare	103
Tabel 4.18	Hipotesis (<i>Path Coeficient</i>) <i>Direct Effect</i>	104
Tabel 4.19	Hipotesis (<i>Path Coeficient</i>) <i>Indirect Effect</i>	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Paradigma Penelitian.....	56
Gambar 3.1 Garis Kontinum	76
Gambar 4.1 Garis Kontinum Manajemen Mutu	90
Gambar 4.2 Garis Kontinum Kualitas Pelayanan	92
Gambar 4.3 Garis Kontinum Kepuasan Pelanggan	94
Gambar 4.4 Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan	95
Gambar 4.5 <i>Outer Model</i> Penelitian	97
Gambar 4.6 <i>Inner Model</i> Penelitian	102

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	127
Lampiran 2. Output	134

DAFTAR RUJUKAN

- Ahaman, A. B. R., Ibina, R. A. S. H. L., & Hanabalan, S. U. P. O. D. (2023). *ANALYZING SPATIAL AND GEOMETRICAL PATTERNS OF TIRUCHIRAPPALLI AND TIER-URBAN CENTERS USING SPATIAL METRICS*. 2. <https://doi.org/10.2478/jlecol-2023-0010>
- Caruana, A. (2014). *Service loyalty*. August 2002. <https://doi.org/10.1108/03090560210430818>
- Di, P., & Airtech, P. T. (n.d.). *Dosen Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta Mahasiswa Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Borobudur, Jakarta 1*. 1–17.
- Efendi, N., & Sholeh, M. I. (2023). *Manajemen Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran*. 2(2), 68–85. <https://doi.org/10.59373/academicus.v2i2.25.Manajemen>
- Germany, G. H., Germany, A. K., Lenzen, M. J., Denmark, E. P., & Vranckx, P. (2018). *2017 ESC Guidelines for the management of acute myocardial infarction in patients presenting with ST -segment elevation*. 119–177. <https://doi.org/10.1093/eurheartj/ehx393>
- Gilbert.pdf*. (n.d.).
- Hasan, S., Diwyarthi, S., Desak, N., Bali, P. P., & Satisfaction, S. B. (2022). *PENGANTAR MANAJEMEN Penulis* (Issue September).
- Hasibuan, A. M., Saragih, S., & Amry, Z. (2019). *Development of Learning Materials Based on Realistic Mathematics Education to Improve Problem Solving Ability and Student Learning Independence*. 14(1), 243–252.
- Heizer, J., & Render, B. (n.d.). *Principios de Administración de Operaciones*.
- Iqbal, M. S., Hassan, M. U., & Habibah, U. (2018). Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention : The mediating role of customer satisfaction. *Cogent Business & Management*, 50(1),

- 1–23. <https://doi.org/10.1080/23311975.2018.1423770>
Kelanggengan Entrepreneurship.pdf. (n.d.).
- Kualitas, P. (2012). *Management Analysis Journal*. 1(4).
- Kumbara, V. B. (2021). *DETERMINASI NILAI PELANGGAN DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN : ANALISIS KUALITAS PRODUK , DESAIN PRODUK*. 2(5), 604–630.
- Makassar, K. N. (2021). *buku Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Issue January).
- Maret, V. N., Wantara, P., & Irawati, S. A. (2023). *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. 3(1), 9–18.
- Margery, E. (2023). *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023 ISSN : 3025-9363 (online) Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM) Volume 1 , No . 2 , Oktober 2023*. 1(2), 135–145.
- Nusantara, D. A., Pendidikan, J., Vol, B., & Arrahmaniyah, O. S. (2023). *Research And Development (R & D) Penelitian Yang Inovatif Dalam Pendidikan*. 1(1).
- Oladejo-babalola, S., Oyemomi, E. O., & Ph, D. (2024). *PENTECOSTAL POWER : THE MINISTERIAL STRENGTH AND AFRICAN ECCLESIOLOGICAL DYNAMICS PENTECOST AS A CATALYST FOR THE FORMATION OF THE CHURCH AS A PROPHETIC COMMUNITY IN LUKE-ACTS : IMPLICATIONS FOR THE CHARISMATIC*. 79–91.
- Produk, A. P., Promosi, D. A. N., & Keputusan, T. (2015). *Analisis pengaruh produk, harga, distribusi, dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan pelanggan*. 9(2), 80–101.
- Purwati, N., Karnila, S., Kurniawan, H., & Yuliawati, D. (2023). *Customer Relationship Management Untuk Pemetaan Keluhan Pelanggan Berbasis Website*.
- Rahayu, T., Masita, A. N., Wahjono, S. I., & Surabaya, U. M. (2017). *Balance Vol.XIV No. 1 | Januari 2017 PENGENDALIAN MANAJEMEN SEBAGAI ALAT*

PENILAIAN KINERJA DI UNIT PEMBIAYAAN MIKRO DI SURABAYA. 1.

- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. 2(2), 312–318.
- Sistem, S., Mutu, P., Malang, B., Marizka, Y. D., & Zauhar, S. (n.d.). *Implementasi TQM (Total Quality Management) Pada Organisasi Publik*. 1(1), 180–187.
- Society, E., Task, A., Members, F., Camm, A. J., Uk, C., Kirchhof, P., Uk, G. Y. H. L., Schotten, U., Uk, I. S., Uk, S. E., Gelder, I. C. Van, France, N. A., Germany, G. H., Prendergast, B., Germany, A. G., Germany, S. H. H., France, J. L. H., Poland, P. P., Rutten, F. H., ... Filippatos, G. (2010). *Guidelines for the management of atrial fibrillation The Task Force for the Management of Atrial Fibrillation of the Developed with the special contribution of the European Heart Rhythm Association*. 2369–2429. <https://doi.org/10.1093/eurheartj/ehq278>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tabroni, I., Sari, R. P., Salamah, U., & Mulyani, S. (2022). *Education Quality Improvement Through School Based Management*. 2(3), 1209–1218.
- Teknologi, J., Jtsi, I., Gustika, A., Satria, M. N. D., & Fadly, M. (2021). *SISTEM CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT DALAM UPAYA PENINGKATAN LOYALITAS DAN KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS : DEALER YAMAHA YUKUM JAYA)*. 2(4), 68–73.
- Tjiptono, F. (2023). *Service , Quality & Satisfaction*. March.
- Utamy, R., Ahmad, S., Eddy, S., Menengah, S., & Negeri, K. (n.d.). *Implementasi Manajemen Sumber Daya Manusia*. 3(1), 226–236.
- Wibowo, D. H. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo)*. 29(1), 59–66.
- Widjoyo, S., Hatane, P., Brahmana, R. K. M. R., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2014). *Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap*

kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen restoran happy garden surabaya.
2(1), 1–9.