

PENGARUH SERTIFIKASI PRODUK, PEMIMPIN OPINI DAN CITRA  
PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN

INTISARI

Kesturi Pandanwangi  
19/449046/PPT/01060

Pakan dibutuhkan dalam proses budidaya ternak untuk penyediaan sumber pangan protein hewani bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sertifikasi pakan, pemimpin opini dan citra perusahaan kualitas produk yang dirasakan, kepercayaan konsumen, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada preferensi peternak ayam petelur dalam membeli pakan. Data yang terkumpul dianalisis dengan partial least square menggunakan aplikasi *Smart Partial Least Square* (PLS). Total responden sebanyak 155 peternak ayam petelur yang ditentukan berdasarkan metode purposif menggunakan kuisioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi pakan mempengaruhi kualitas produk yang dirasakan dalam membeli pakan ( $\lambda = 0,127$ ;  $t = 1,849$ ;  $p < 0,1$ ). Pemimpin opini ( $\lambda = 0,157$ ;  $t = 2,115$ ;  $p < 0,05$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan mempengaruhi kualitas produk yang dirasakan. Citra perusahaan ( $\lambda = 0,690$ ;  $t = 9,828$ ;  $p < 0,05$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan mempengaruhi kualitas produk yang dirasakan. Selanjutnya, kualitas produk yang dirasakan memberikan pengaruh pada kepercayaan konsumen ( $\lambda = 0,699$ ;  $t = 12,903$ ;  $p < 0,05$ ) dan kepuasan pelanggan ( $\lambda = 0,689$ ;  $t = 12,130$ ;  $p < 0,05$ ). Kepercayaan konsumen ( $\lambda = 0,507$ ;  $t = 6,828$ ;  $p < 0,05$ ) dan kepuasan pelanggan ( $\lambda = 0,414$ ;  $t = 5,192$ ;  $p < 0,05$ ) juga memberikan pengaruh positif pada loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh sertifikasi produk, pemimpin opini dan citra perusahaan merupakan faktor utama membangun loyalitas pelanggan pada keputusan pembelian.

**Kata kunci :** sertifikasi produk, pemimpin opini, citra perusahaan, loyalitas, keputusan pembelian

## THE EFFECT OF PRODUCT CERTIFICATION, OPINION LEADER AND COMPANY IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY ON PURCHASING DECISION MAKING

### ABSTRACT

Kesturi Pandanwangi  
19/449046/PPT/01060

Feed is needed in the livestock process to provide a source of animal protein food for the community. This study aims to determine the effect of feed certification, opinion leader, company image, perceived product quality, customer trust, customer satisfaction on customer loyalty on the preferences of laying hens in buying feed. The data collected was analyzed by partial least squares using the Smart Partial Least Square (PLS). The total respondents were 155 farmer who were determined based on the purposive method using questionnaire. The results show that feed certification affects the perceived product quality in buying feed ( $\lambda = 0,127$ ;  $t = 1,849$ ;  $p < 0,1$ ). Opinion leader ( $\lambda = 0,157$ ;  $t = 2,115$ ;  $p < 0,05$ ) has a positive and significant affect on perceived product quality. Company image ( $\lambda = 0,690$ ;  $t = 9,828$ ;  $p < 0,05$ ) has a positive and significant affect on perceived product quality. Furthermore, perceived product quality has affects on costumer trust ( $\lambda = 0,699$ ;  $t = 12,903$ ;  $p < 0,05$ ) and customer satisfaction ( $\lambda = 0,689$ ;  $t = 12,130$ ;  $p < 0,05$ ). Customer trust ( $\lambda = 0,507$ ;  $t = 6,828$ ;  $p < 0,05$ ) and customer satisfaction ( $\lambda = 0,414$ ;  $t = 5,192$ ;  $p < 0,05$ ) also have a positive influence on customer loyalty. The result showed that the influence of the product certification, opinion leader, company image were the main factors in building customer loyalty on purchasing decisions.

**Keywords:** product certification, opinion leader, company image, loyalty, purchasing