

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, distribusi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Vidi *Catering*, serta mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas konsumen Vidi *Catering* dan lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas yang diperkuat atau diperlemah oleh *variety seeking behavior* pelanggan Vidi *Catering*. Penelitian ini difokuskan dalam konteks pemasaran *B2B*.

Produk *Business to Business (B2B)* dipilih melalui proses pengambilan keputusan yang lebih rasional karena memiliki fakta nyata seperti: fungsi, pelayanan, manfaat, harga, pelayanan dan kualitas. Pemasaran *B2B* lebih menekankan aspek relasional. Pemasaran relasional menekankan rekrutmen dan pemeliharaan (mempertahankan) pelanggan melalui peningkatan hubungan perusahaan dengan pelanggannya.

Pengaruh positif menunjukkan pentingnya kepuasan terhadap loyalitas dalam pemasaran *B2B* menunjukkan pentingnya mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Berdasarkan pada prinsip tersebut, Vidi *Catering* sebagai salah satu penyedia jasa boga dengan skala bisnis dalam kategori besar di Yogyakarta terus berupaya membina hubungan dengan pelanggan yang dilakukan secara berkelanjutan dan mendalam guna memelihara dan mengembangkan pelanggan. Dalam bisnis *catering*, seringkali konsumen mencoba dari satu produk ke produk yang lain guna mencari variasi atau keragaman produk yang dikenal dengan istilah *variety seeking behavior*. Kecenderungan konsumen untuk mencari keberagaman dalam memilih produk pada suatu waktu pada dasarnya bertujuan untuk mencapai suatu sikap terhadap produk yang *favorable* atau ditujukan hanya sekedar mencoba sesuatu yang baru atau mencari kebaruan dalam suatu produk. Kepuasan konsumen dan *variety seeking behavior* akan dikaji pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen. Dengan demikian perlu dilakukan pengkajian yang lebih mendalam terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Vidi *Catering* dalam konteks pemasaran *B2B*.

Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas produk, harga, distribusi serta kualitas pelayanan berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan Vidi *Catering*, kualitas produk dan harga menjadi faktor dengan pengaruh terkuat dibandingkan distribusi dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan Vidi *Catering* berbasis *B2B*. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif pada loyalitas pelanggan Vidi *Catering* dalam konteks pemasaran *B2B*. *Variety seeking behavior* tidak memberikan efek moderasi yang memberikan penguatan/pelemahan pada pengaruh kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *Business to Business (B2B) Marketing*, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, *variety seeking behavior*, bisnis *catering*.

The purpose of this study is to determine the effect of product quality, distribution, pricing and service quality to customer satisfaction Vidi Catering, as well as the effect of customer satisfaction on customer loyalty Vidi Catering and further to investigate the effect of customer satisfaction to loyalty are strengthened or weakened by the variety seeking behavior Vidi Catering customers. This research is focused in the context of B2B marketing.

Products Business to Business (B2B) is selected through a process of decision making more rational because it has the real facts such as: functions, services, benefits, price, service and quality. B2B marketing emphasizes the relational aspects. Relationship marketing emphasizes the recruitment and maintenance (maintaining) enterprise customers by leveraging its relationship with its customers.

Positive effect demonstrates the importance of satisfaction with the loyalty in B2B marketing demonstrates the importance of maintaining long term relationships with customers. Based on these principles, Vidi Catering as one of the food service providers with large-scale business in Yogyakarta in the category continues to build relationships with customers are conducted in a sustainable and depth in order to maintain and develop customers. In the catering business, consumers often try from one product to another product in order to seek variety or diversity of products known as variety seeking behavior. The tendency of consumers to seek diversity in selecting the product at a time basically aims to achieve a favorable attitude toward the product or intended merely to try something new or find a novelty in a product. Consumer satisfaction and variety seeking behavior will be evaluated on its effect on consumer loyalty. Thus need to be more in-depth assessment of customer satisfaction and loyalty Vidi Catering in the context of B2B marketing.

Results of research found that product quality, pricing, distribution and service quality positively affects customer satisfaction Vidi Catering, product quality and price of a factor with the strongest effect compared to the distribution and service quality on customer satisfaction based B2B Vidi Catering. Customer satisfaction positively affects customer loyalty Vidi Catering in the context of B2B marketing. Variety seeking behavior does not give effect to provide reinforcement of moderation / weakening of the influence of customer satisfaction on customer loyalty

Keywords: *Business to Business (B2B) Marketing, customer satisfaction, customer loyalty, variety seeking behavior, catering business*