

**KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM *CULINARY*
MELALUI *CUSTOMER TRUST* ATAS KUALITAS PELAYANAN
DAN PERSEPSI HARGA YANG DITERAPKAN OLEH LEMBAGA
PENDIDIKAN DI BOGOR**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Magister Manajemen

AJIK SULISTIYO

NPM 072522002



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

**KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM *CULINARY*
MELALUI *CUSTOMER TRUST* ATAS KUALITAS PELAYANAN
DAN PERSEPSI HARGA YANG DITERAPKAN OLEH LEMBAGA
PENDIDIKAN DI BOGOR**

TESIS

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Magister Manajemen

AJIK SULISTIYO

NPM 072522002






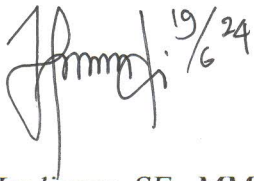
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS PAKUAN
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

AJIK SULISTIYO

NIM. 072522002

KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM *CULINARY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* ATAS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA YANG DITERAPKAN OLEH LEMBAGA PENDIDIKAN DI BOGOR

DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PEMBIMBING TESIS	
<p>Pembimbing I</p>  <p><u>Dr. Hari Muharam, SE., MM., CIHCM</u> NIP/NIK : 1080 003 7385</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p><u>Dr. Agus Setyo Pranowo, M.Si., M.M.</u> NIP/NIK : 1170 220 905</p>
Tanggal:	Tanggal:
DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH PANITIA UJIAN MAGISTER	
<p>Ketua,¹</p>  <p><u>Prof. Dr. Ing. H. Soewarto Hardienata</u> NIP/NIK : 0994 030 210</p>	<p>Sekretaris,²</p>  <p><u>Dr. Herdiyana, SE., MM</u> NIP/NIK : 1070 402 6441</p>
Tanggal: 21/07/24	Tanggal:
No. Registrasi :	
Tanggal Lulus :	

Keterangan:

- 1) Dekan Sekolah Pascasarjana
- 2) Ketua Program Studi Manajemen

KEPUTUSAN MEMILIH PROGRAM *CULINARY* MELALUI *CUSTOMER TRUST* ATAS KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA YANG DITERAPKAN OLEH LEMBAGA PENDIDIKAN DI BOGOR

Ajik Sulistiyo

072522002

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian melalui *customer trust*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian pada program *culinary* di lembaga pendidikan Tristar Culinary Institute, Akademi Kulineri De Chef, Sangkuriang Maritim Institute di Bogor

Metode penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan menggunakan teknik survei. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah customer pada program *culinary* di lembaga pendidikan Tristar Culinary Institute, Akademi Kulineri De Chef, Sangkuriang Maritim Institute di Bogor. Teknik penarikan sampelnya menggunakan cluster sampling, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 214 responden. Teknik Analisis yang digunakan yaitu *Stastistik Deskriptif dan Structural Equation Modeling (SEM)*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *customer trust*, persepsi harga berpengaruh terhadap *customer trust*, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, *customer trust* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan dan persepsi harga bersama sama berpengaruh terhadap *customer trust*, kualitas pelayanan, persepsi harga dan *customer trust* secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, *Customer Trust*, Keputusan Pembelian

The Decision to Choose a Culinary Program Through Customer Trust on Service Quality and Price Perceptions Applied by Educational Institutions in Bogor

Ajik Sulistiyo

072522002

ABSTRACT

This research was conducted to determine the influence of service quality and price perceptions on purchasing decisions through customer trust. This research aims to analyze the factors that influence purchasing decisions on culinary programs at educational institutions Tristar Culinary Institute, De Chef Culinary Academy, Sangkuriang Maritim Institute in Bogor

This research method uses quantitative methods using survey techniques. The population used in this research were customers in the culinary program at the Tristar Culinary Institute, De Chef Culinary Academy, Sangkuriang Maritim Institute in Bogor. The sampling technique used cluster sampling, the number of samples used in this research was 214 respondents. The analysis techniques used are Descriptive Statistics and Structural Equation Modeling (SEM)

The results of this research show that service quality influences customer trust, price perception influences customer trust, service quality influences purchasing decisions, price perception influences purchasing decisions, customer trust influences purchasing decisions, service quality and price perceptions together influence customers. trust, service quality, price perception and customer trust together influence purchasing decisions.

Keywords: *Service Quality, Price Perception, Customer Trust, Purchasing Decisions*