

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada SMP Negeri Wilayah Tengah Kabupaten Jember)**

TESIS



Oleh

UDIK KRISTYONO

NIM. 2220414011

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada SMP Negeri Wilayah Tengah Kabupaten Jember)**

TESIS

Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Masgister



Oleh:

UDIK KRISTYONO
NIM: 2220414011

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada SMP Negeri Wilayah Tengah Kabupaten Jember)**


Yang disusun Udik Kristyono telah disetujui untuk dipertahankan di depan
Tim Penguji pada tanggal 24 Juni 2024

Pembimbing Utama



Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si
NPK. 1972112810109289

Pembimbing Anggota



Dr. Ni Nyoman Putu Martini G., S.E., M.M
NPK. 1967030810203499

PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUASAN SISWA DENGAN *BRAND IMAGE*
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi pada SMP Negeri Wilayah Tengah Kabupaten Jember)**

Yang disusun Udik Kristyono telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada
tanggal 24 Juni 2024

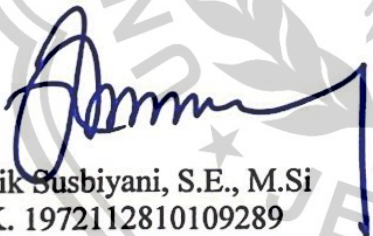
TIM PENGUJI

Ketua



Dr. Nurul Qomariah, S.E., M.M
NPK. 1967081010603426

Anggota I



Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si
NPK. 1972112810109289

Anggota II



Dr. Ni Nyoman Putu Martini G., SE., M.M
NPK. 1967030810203499

Jember, 27 Juni 2024

Dekan



Ketua Program Studi



PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tesis (Magister) ini dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No. 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Jember, 24 Juni 2024

Mahasiswa



Udik Kristyono
NIM: 2220414011

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Ibunda dan Ayahanda tercinta, yang selama ini selalu mendo'akan dan memberi kasih sayang serta pengorbanan yang luar biasa besar;
3. Guru-guruku sejak sekolah dasar sampai dengan perguruan tinggi, yang telah memberikan ilmu dan membimbing dengan penuh kesabaran



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Siswa dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi pada SMP Negeri Wilayah Tengah Kabupaten Jember)". Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan strata dua (S2) pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penyusunan tesis ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Hanafi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, S.E., MM., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Abadi Sanosra, S.E., MM., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G, S.E., MM., selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember sekaligus sebagai Dosen Pembimbing Pendamping.
5. Dr. Arik Susbiyani, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Utama yang selalu memberikan bimbingan dan pengarahan sehingga penelitian ini berjalan sesuai dengan yang diharapkan.
6. Dr. Nurul Qomariah, S.E., M.M., selaku Ketua Tim Penguji yang telah memberikan koreksi dan saran demi perbaikan penulisan penelitian.
7. Kepala Sekolah seluruh SMPN Wilayah Tengah di Kabupaten Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
8. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Jember.

Mengingat keterbatasan sebagai manusia, penulis mengharapkan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan tesis ini dan akhir kata semoga tesis ini berguna bagi pembaca dan peneliti yang akan datang. Segala hal yang telah diupayakan semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca.

Jember, 27 Juni 2024

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Balakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS	19
2.1 <i>Grand Theory</i>	19
2.2 Kajian Teori.....	21
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	21
2.2.2 Perilaku Konsumen	22
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.4 Brand Image	29
2.2.5 Kualitas Layanan (Service Quality)	33
2.2.6 Kepercayaan (Trust)	38
2.3 Penelitian Terdahulu	42
2.3.1 Penelitian Mawey, Tumbel and Ogi (2018).....	42
2.3.2 Penelitian Chien and Chi (2019)	43

2.3.3	Penelitian Delima, Ashary and Usman (2019).....	44
2.3.4	Penelitian Farid and Amaripuja (2019)	45
2.3.5	Penelitian Özkan et al. (2020)	46
2.3.6	Penelitian Rusmahafi & Wulandari (2020)	47
2.3.7	Penelitian Shamsudin et al. (2020).....	48
2.3.8	Penelitian Benhardy et al. (2020)	49
2.3.9	Penelitian Prophetoa et al. (2020)	50
2.3.10	Penelitian Handayani, Asri and Nuryakin (2021)	51
2.3.11	Penelitian Rivai and Zulfitri (2021)	52
2.3.12	Penelitian Dam and Dam (2021)	53
2.3.13	Penelitian Diputra and Yasa (2021)	54
2.3.14	Penelitian Hallencreutz and Parmler (2021).....	55
2.3.15	Penelitian Juwaini et al. (2022).....	56
2.3.16	Penelitian Ali, Zainal and Ilhamalimy (2022).....	57
2.3.17	Penelitian Ramadhan, Welsa and Cahyani (2022)	58
2.3.18	Penelitian Prastiwi & Rivai (2022).....	59
2.3.19	Penelitian Natasya and Yudhira (2023).....	60
2.3.20	Penelitian Rizkiana, Setyawan and Souisa (2023)	61
2.4	Kerangka Konseptual Penelitian	61
2.5	Pengembangan Hipotesis	63
2.5.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i>	63
2.5.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap <i>Brand Image</i>	64
2.5.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Siswa.....	65
2.5.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Siswa	67
2.5.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Siswa.....	68
2.5.6	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Siswa Melalui <i>Brand Image</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	70
2.5.7	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Siswa Melalui <i>Brand Image</i> Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	71
BAB III METODE PENELITIAN		73
3.1	Rancangan Penelitian	73
3.2	Populasi dan Sampel	74

3.2.1	Populasi	74
3.2.2	Sampel	74
3.2.3	Teknik Pengambilan Sampel	75
3.3	Jenis dan Sumber Data	76
3.4	Metode Pengumpulan Data	77
3.5	Identifikasi Variabel	78
3.6	Definisi Operasional Variabel	79
3.7	Pengukuran	83
3.8	Metode Analisis Data	84
3.8.1	Analisis Deskriptif	84
3.8.2	Analisis <i>Structural Equation Modelling Partial Least Square</i> (SEM-PLS)	85
3.8.3	Uji Hipotesis	90
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	92
4.1	Hasil Penelitian	92
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	92
4.1.2	Analisis Deskriptif Karakteristik Responden	94
4.1.3	Analisis Deskriptif Variabel	96
4.1.4	Hasil Analisis Data	102
4.1.5	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	113
4.2	Pembahasan	114
4.2.1	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap <i>Brand Image</i>	115
4.2.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap <i>Brand Image</i>	116
4.2.3	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Siswa	117
4.2.4	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Siswa	119
4.2.5	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Kepuasan Siswa	121
4.2.6	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Siswa melalui <i>Brand Image</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i>	123
4.2.7	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Siswa melalui <i>Brand</i> <i>Image</i> sebagai Variabel <i>Intervening</i>	124
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1	Kesimpulan	126

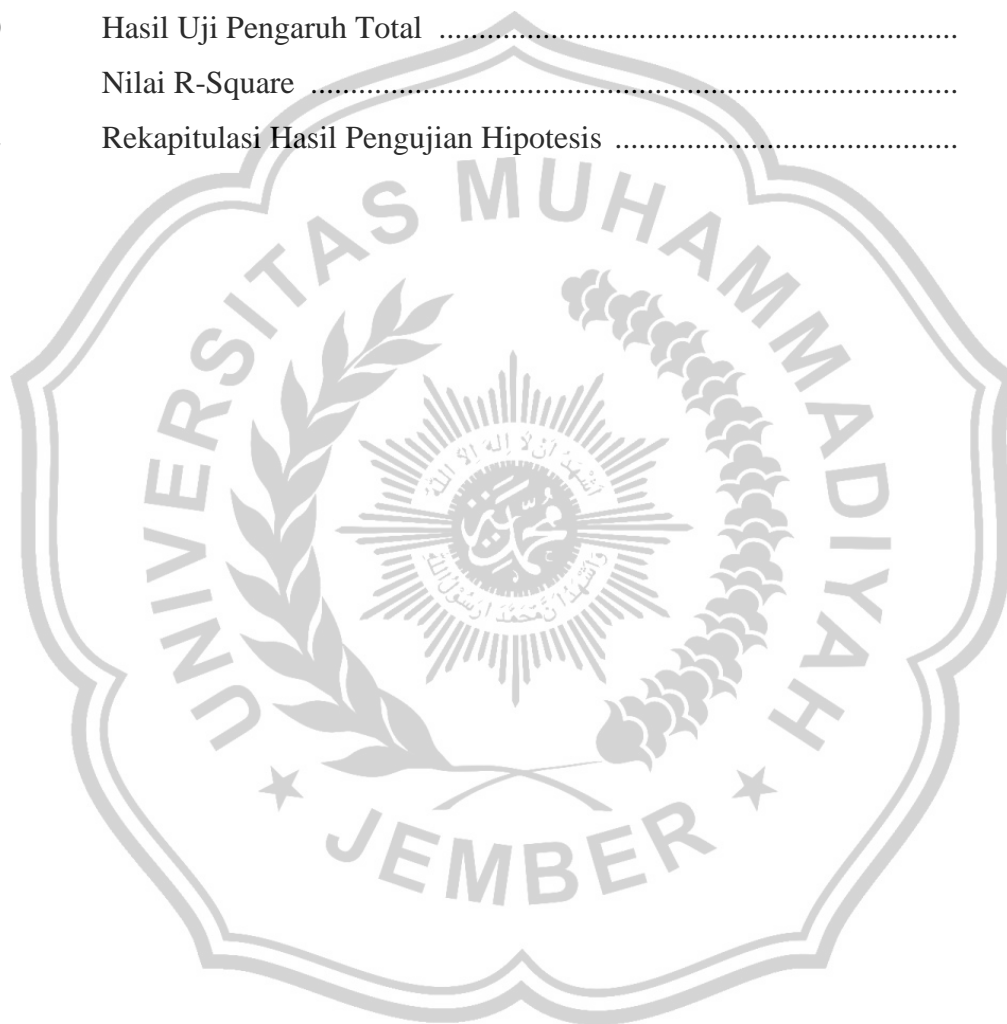
5.2 Saran.....	127
DAFTAR PUSTAKA	129



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Data Siswa SMPN Wilayah Tengah di Kabupaten Jember Tahun 2021 – 2024 dan Skor Kepuasan Siswa	4
2.1	Ringkasan Penelitian Mawey, Tumbel and Ogi (2018)	41
2.2	Ringkasan Penelitian Chien and Chi (2019)	42
2.3	Ringkasan Penelitian Delima, Ashary and Usman (2019)	43
2.4	Ringkasan Penelitian Farid and Amaripuja (2019)	44
2.5	Ringkasan Penelitian Özkan et al. (2020)	45
2.6	Ringkasan Penelitian (Rusmahafi & Wulandari, 2020)	46
2.7	Ringkasan Penelitian Shamsudin et al. (2020)	47
2.8	Ringkasan Penelitian Benhardy et al. (2020)	48
2.9	Ringkasan Penelitian Prophetoa et al. (2020)	49
2.10	Ringkasan Penelitian Handayani, Asri and Nuryakin (2021)	50
2.11	Ringkasan Penelitian Rivai and Zulfitri (2021)	51
2.12	Ringkasan Penelitian Dam and Dam (2021)	52
2.13	Ringkasan Penelitian Diputra and Yasa (2021)	53
2.14	Ringkasan Penelitian Hallencreutz and Parmler (2021)	54
2.15	Ringkasan Penelitian Juwaini et al. (2022)	55
2.16	Ringkasan Penelitian Ali, Zainal and Ilhamalimy (2022)	56
2.17	Ringkasan Penelitian Ramadhan, Welsa and Cahyani (2022)	57
2.18	Ringkasan Penelitian Prastiwi & Rivai (2022)	58
2.19	Ringkasan Penelitian Natasya and Yudhira (2023)	59
2.20	Ringkasan Penelitian Rizkiana, Setyawan and Souisa (2023)	60
3.1	Jumlah sampel penelitian	75
4.1	Statistik Deskriptif Demografi Responden	93
4.2	Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan (X1)	95
4.3	Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden Variabel Kepercayaan (X2)	96
4.4	Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden Variabel Brand Image (Z)	97

4.5	Analisis Deskriptif Skor Jawaban Responden Variabel Kepuasan Siswa (Y)	98
4.6	Nilai Outer Loadings	102
4.7	Nilai Cronbach Alpha, Composite Reliability, dan Average Variance Extracted (AVE)	103
4.8	Hasil Uji Pengaruh Langsung	104
4.9	Hasil Uji Pengaruh Tidak Langsung	107
4.10	Hasil Uji Pengaruh Total	108
4.11	Nilai R-Square	109
4.12	Rekapitulasi Hasil Pengujian Hipotesis	110



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Bagan Kajian Teori	18
2.2	Kerangka Konseptual Penelitian	61
4.1	Struktur Organisasi SMPN di Kabupaten Jember	91
4.2	Full Model SEM-PLS	101



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Survei Kepuasan Siswa

Lampiran 2 Hasil Survei Kepuasan Siswa

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Lampiran 4 Rekapitulasi Data Jawaban Responden

Lampiran 5 Statistik Deskriptif dan Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 6 Hasil Analisis SEM-PLS

