

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Program RPL di Universitas Muhammadiyah Jember)**

**TESIS**



Oleh :

**YUSUF ABDILLAH  
2220414023**

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

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN  
BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN  
SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*  
(Studi Pada Program RPL di Universitas Muhammadiyah Jember)**



**TESIS**

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen  
(MM) pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember**

Oleh :  
**YUSUF ABDILLAH**  
2220414023

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yusuf Abdillah

NIM : 2220414023

Prodi : Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul “Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Program RPL Universitas Muhammadiyah Jember)” adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya palgiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 2 Juli 2024  
Yang Menyatakan



Yusuf Abdillah  
NIM. 2220414023

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND TRUST  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING  
(STUDI PADA PROGRAM RPL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**

Yang disusun Yusuf Abdillah telah disetujui untuk dipertahankan di depan  
Tim Penguji pada tanggal 2 Juli 2024

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

  
Dr. Nurul Qomariyah, M.M.  
NPK. 1967081010603426

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



## PENGESAHAN TESIS

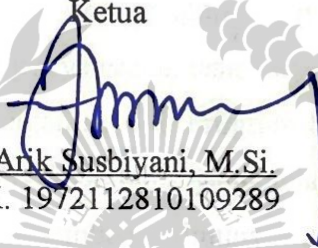
Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND TRUST  
TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING  
(STUDI PADA PROGRAM RPL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)**

Yang disusun Yusuf Abdillah telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada  
Tanggal 2 Juli 2024

### TIM PENGUJI

Ketua

  
Dr. Arif Susbiyani, M.Si.  
NPK. 1972112810109289

Anggota

  
Dr. Nurul Qomariyah, M.M.  
NPK. 1967081010603426

Anggota

  
Dr. Ni Nyoman Patu Martini G. M.M.  
NPK. 1967030810203499

Jember, 2 Juli 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Jember



Manenita Sari, SE, MM  
NPK. 197708112005012001

## PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan sebagai bentuk tanggung jawab dan ucapan terima kasih saya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan tesis ini;
2. Ibunda tercinta yang telah memberikan dukungan penuh dan doa;
3. Istri saya Lukita Dewi Anggraini dan anak – anak tercinta;
4. Adik – Adikku semuanya;
5. Dosen pembimbing dan dosen penguji yang menyediakan waktu dan sangat membantu dalam penyelesaian tesis ini;
6. Teman - teman seperjuangan saya di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan, motivasi, arahan dan membagi ilmunya sehingga tesis ini dapat terselesaikan;
7. Atasan dan rekan kerja di Bidang Pengembangan Kompetensi Aparatur BKPSDM Kab. Jember;
8. Teman – teman RPL lainnya yang memberi dukungan penilaian di dalam questioner saya; dan
9. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penyusunan tesis ini.

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN BRAND TRUST TERHADAP LOYALITAS DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA PROGRAM RPL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER)”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari dalam menyusun tesis ini banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, bantuan, dan kemudahan sehingga tesis ini dapat terselesaikan. Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M. Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Abadi Sanosra, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G. M.M, selaku Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dan Dosen Pembimbing Pendamping yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi dalam menyelesaikan tesis ini
5. Dr. Nurul Qomariah, MM, selaku pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama penyusunan tesis ini, dan selalu memberikan masukan selama pengerjaan tesis ini.
6. Dr. Arik Susbiyani, SE, MM, selaku ketua penguji yang telah meluangkan waktu untuk hadir dan menguji tesis yang telah penulis susun.

7. Seluruh Dosen Pengajar Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
8. Seluruh Staf Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
9. Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Jember.

Semoga Allah memberikan keberkahan atas segala kebaikan yang telah diberikan sehingga penelitian dalam bentuk tesis ini dapat diselesaikan dengan baik.





## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Penyayang, segala nikmat dan karunia yang telah Allah berikan kepada penulis, sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Pada Program RPL Universitas Muhammadiyah Jember). Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan Nabi Muhammad SAW, semoga kita semua mendapat berkah pada hari akhir nanti.

Penulisan tesis ini tidak dapat dilakukan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik keluarga, rekan kerja, dosen pembimbing dan penguji serta teman-teman semua pada program RPL Universitas Muhammadiyah Jember. Semoga tesis ini dapat membawa kemanfaatan bagi pembaca, Universitas Muhammadiyah Jember dan peneliti selanjutnya.

Jember, 2 Juli 2024

**Yusuf Abdillah**

## DAFTAR ISI

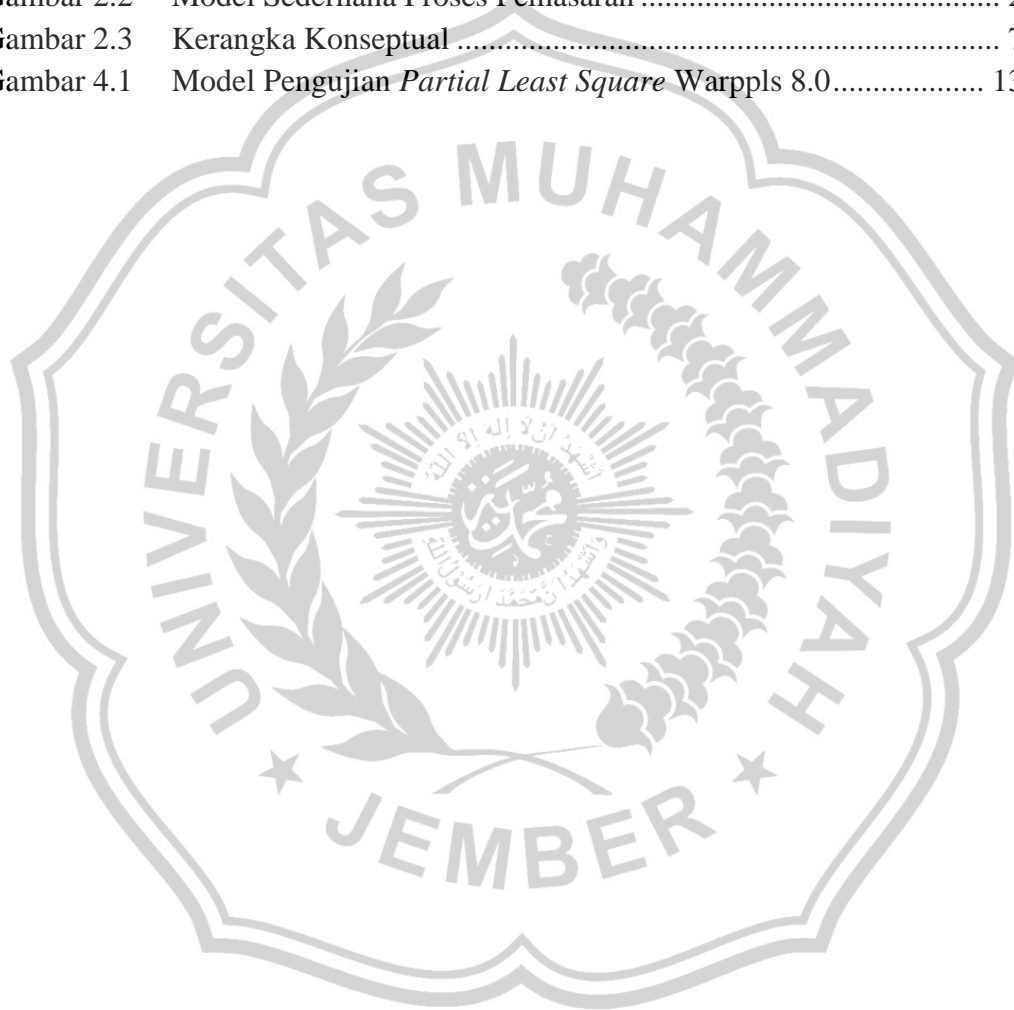
<b>TESIS .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>TESIS .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>16</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>17</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Grand Theory .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Kajian Teori.....</b>	<b>23</b>
2.2.1 Pemasaran .....	23
2.2.2 <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	27
2.2.3 Loyalitas .....	31
2.2.4 Kepuasan Konsumen.....	35
2.2.5 Brand Image .....	40
2.2.6 Kualitas Pelayanan .....	43
2.2.7 Brand Trust .....	46
<b>2.3 Review Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>49</b>
2.3.1 Penelitian oleh Ananda & Setiawan.....	50
2.3.2 Penelitian oleh Laila & Fitriyah .....	51
2.3.3 Penelitian oleh Apriliani .....	52
2.3.4 Penelitian oleh Khatimah & Komalasari.....	53
2.3.5 Penelitian oleh Burhan & Rosyihuddin .....	54
2.3.6 Penelitian oleh Budiarno Et Al.....	55

2.3.7 Penelitian oleh Febriani Et Al. ....	56
2.3.8 Penelitian oleh Yonata Et Al. ....	57
2.3.10 Penelitian oleh Napitupulu & Lukiyana.....	59
2.3.11 Penelitian oleh Esa Sekar Hastari Et Al. ....	60
2.3.12 Penelitian oleh Yusuf Et Al. ....	61
2.3.13 Penelitian oleh Risal .....	62
2.3.14 Penelitian oleh Ervina Kusuma Wardani Et Al.....	63
2.3.15 Penelitian oleh Aprileny Et Al. ....	64
2.3.16 Penelitian oleh Sanggarwati & Laily .....	65
2.3.17 Penelitian oleh Larasati & Suryoko .....	66
2.3.18 Penelitian oleh Sasikirana & Rusdianto .....	67
2.3.19 Penelitian oleh Amin & Fauziah Novianti .....	68
2.3.20 Penelitian oleh Martin dan Nasib .....	69
2.3.21 Penelitian oleh Nafidatul Lailiyah.....	70
2.3.22 Penelitian oleh Taiye T. Borishade .....	71
2.3.23 Penelitian oleh Nguyen Thi Cam Le & Mai Ngoc Khuong.....	72
2.3.24 Penelitian oleh Adam Rudzewicz & Anna Strychalska Rudzewicz	73
2.3.25 Penelitian oleh Kyeongmin Yum & Byungjoon Yoo .....	74
<b>2.4 Kerangka Konseptual.....</b>	<b>75</b>
<b>2.5 Pengembangan Hipotesis .....</b>	<b>77</b>
2.5.1 Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Konsumen .....	77
2.5.2 Pengaruh Brand Image terhadap Loyalitas .....	78
2.5.3 Pengaruh Brand Image terhadap Kepuasan Konsumen .....	79
2.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas .....	80
2.5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen .....	81
2.5.6 Pengaruh Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen.....	82
2.5.7 Pengaruh Brand Trust terhadap Kepuasan Konsumen.....	83
2.5.8 Pengaruh Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Brand Image terhadap Loyalitas .....	84
2.5.9 Pengaruh Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen.....	86
2.5.10 Pengaruh Kepuasan konsumen sebagai variabel intervening antara Brand Trust terhadap Loyalitas Konsumen.....	87
<b>BAB III.....</b>	<b>89</b>
<b>3.1 Desain Penelitian.....</b>	<b>89</b>
<b>3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....</b>	<b>89</b>
<b>3.3 Definisi Operasional .....</b>	<b>90</b>
3.3.1 Dimensionalisasi Variabel Brand Image (X1) .....	91
3.3.2 Dimensionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan (X2) .....	91

3.3.3 Dimensionalisasi Variabel Brand Trust (X3).....	92
3.3.4 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan (Z).....	93
3.3.5 Dimensionalisasi Variabel Loyalitas Mahasiswa (Y) .....	94
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data .....</b>	<b>95</b>
<b>3.5 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>96</b>
3.5.1 Populasi .....	96
3.5.2 Sampel .....	97
<b>3.6 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>98</b>
<b>3.7 Teknik Pengolahan Data.....</b>	<b>99</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Deskriptif .....</b>	<b>101</b>
<b>3.9 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>102</b>
3.9.1 Pengujian Outer Model .....	103
3.9.2 Pengujian Inner Model .....	104
3.9.3 Pengujian Hipotesis.....	106
<b>BAB IV .....</b>	<b>108</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>108</b>
<b>4.2 Analisis Deskriptif .....</b>	<b>111</b>
4.2.1 Deskriptif Profil Responden.....	111
4.2.2 Deskripsi Respon pada variabel Penelitian .....	113
4.3.3 Analisa Deskriptif Jawaban Responden .....	119
<b>4.3 Analisis Data .....</b>	<b>125</b>
4.3.1 Uji Validitas.....	125
4.3.2 Uji Realibilitas.....	127
4.3.3 Uji Kecocokan Model (Model Fit).....	129
4.3.4 Uji R Square (Koefisien Determinasi) .....	131
4.3.5 Analisa Jalur / Path Analysis.....	132
<b>4.4. Uji Hipotesis .....</b>	<b>140</b>
<b>4.5. Pembahasan .....</b>	<b>144</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>164</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>164</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>165</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>171</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>179</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Line Mahasiswa Program RPL UM Jember .....	15
Gambar 2.1	Kerangka Teori .....	23
Gambar 2.2	Model Sederhana Proses Pemasaran .....	25
Gambar 2.3	Kerangka Konseptual .....	75
Gambar 4.1	Model Pengujian <i>Partial Least Square Warppls 8.0</i> .....	133





## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah PNS Pemkab. Jember.....	14
Tabel 1.2 Data Mahasiswa Program Rpl Universitas Muhammadiyah Jember....	14
Tabel 2 1 Penelitian Ananda & Setiawan (2024).....	50
Tabel 2 2 Penelitian Laila & Fitriyah (2022).....	51
Tabel 2 3 Penelitian Apriliani (2019).....	52
Tabel 2 4 Penelitian Khatimah & Komalasari (2022).....	53
Tabel 2 5 Penelitian Burhan & Rosyihuddin (2023).....	54
Tabel 2 6 Penelitian Oleh Budiarno Et Al. (2022).....	55
Tabel 2 7 Penelitian Febriani Et Al. (2022).....	56
Tabel 2 8 Penelitian Yonata Et Al. (2020).....	57
Tabel 2 9 Penelitian Sanosra Et Al. (2022).....	58
Tabel 2 10 Penelitian Napitupulu & Lukiyana (2017).....	59
Tabel 2 11 Penelitian Esa Sekar Hastari Et Al. (2023).....	60
Tabel 2 12 Penelitian Yusuf Et Al. (2023).....	61
Tabel 2 13 Penelitian Risal (2019).....	62
Tabel 2 14 Penelitian Ervina Kusuma Wardani Et Al. (2023).....	63
Tabel 2 15 Penelitian Aprileny Et Al. (2022).....	64
Tabel 2 16 Penelitian Sanggarwati & Laily (2023).....	65
Tabel 2 17 Penelitian Larasati & Suryoko (2020).....	66
Tabel 2 18 Penelitian Sasikirana & Rusdianto (2023).....	67
Tabel 2 19 Penelitian Amin & Fauziah Novianti (2023).....	68
Tabel 2 20 Penelitian Martin & Nasib (2021).....	69
Tabel 2 21 Penelitian Lailiyah (2020).....	70
Tabel 2 22 Penelitian Borishade Et Al (2021).....	71
Tabel 2 23 Penelitian Le & Khuong (2023).....	72
Tabel 2 24 Penelitian Rudzewicz & Strychalska-Rudzewicz (2021).....	73
Tabel 2 25 Penelitian Yum & Yoo (2023).....	74
Tabel 3 1 Pemberian Skor (Penilaian).....	99
Tabel 4.1.Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	111
Tabel 4.2 karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	112
Tabel 4 3 karakteristik Responden Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan.....	112
Tabel 4 4 distribusi Respon Atas Jawaban Variabel Brand Image (X1).....	113

Tabel 4 5 Distribusi Respon Atas Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X2)..	114
Tabel 4 6 Distribusi Respon Atas Jawaban Variabel Brand Trust (X3) .....	115
Tabel 4 7 Distribusi Respon Atas Jawaban Variabel Kepuasan (Z) .....	117
Tabel 4 8 distribusi Respon Atas Jawaban Variabel Loyalitas Mahasiswa (Y) .	118
Tabel 4. 9 Distribusi Respon Berdasarkan Lama Studi Pada Program Rpl.....	120
Tabel 4 10 Distribusi Respon Berdasarkan Latar Belakang Pekerjaan.....	122
Tabel 4 11 <i>Combined Loadings And Cross-Loadings</i> .....	126
Tabel 4 12 Perbandingan Akar Dari Ave Dengan Korelasi Antar Variable .....	127
Tabel 4 13 Uji Reliabilitas .....	128
Tabel 4 14 <i>Model Fit And Quality Indices</i> .....	129
Tabel 4 15 <i>R-Square Coeficient</i> .....	131
Tabel 4 16 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung .....	134
Tabel 4 17 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung .....	136
Tabel 4 18 <i>Total Effects</i> .....	138
Tabel 4 19 <i>Variance Accounted For (VAF)</i> .....	139
Tabel 4 21 <i>Effect Sizes For Path Coefficients</i> .....	143
Tabel 4 22 <i>Pengaruh indicator terhadap variable konstruk</i> .....	146

