

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DENGAN
KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA
KECAMATAN WILAYAH SELATAN KABUPATEN JEMBER**



TESIS

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen
(MM) pada Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas
Muhammadiyah Jember**

**Oleh:
Suprih Nurhadi
2220414018**

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

2025

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Suprih Nurhadi

NIM : 2220414018

Prodi : Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul “PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KECAMATAN WILAYAH SELATAN KABUPATEN 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, Juli 2025

Yang menyatakan

Suprih Nurhadi
NIM. 2220414018

TESIS

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* PADA KECAMATAN WILAYAH SELATAN KABUPATEN JEMBER

Oleh
Suprih Nurhadi
NIM 2220414018

Pembimbing

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


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


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

PENGESAHAN

Tesis ini berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Masyarakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Kecamatan Wilayah Selatan Kabupaten Jember telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 15 Juli 2025

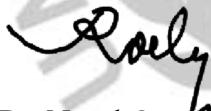
Tempat : Universitas Muhammadiyah Jember

Ketua Tim Penguji



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

Anggota I



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

Anggota II



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

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Maheni Ika Sari, S.E., M.M.
NPK. 197708112005012001

Ketua Program Studi



Dr. Budi Santoso, M.M., M.Akun
NPK. 1973100911139340

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini guna memenuhi persyaratan mencapai gelar Magister Manajemen di Universitas Muhammadiyah Jember dengan judul tesis “Pengaruh Kualitas Layanan Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Masyarakat Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel *Intervening* Pada Kecamatan Wilayah Selatan Kabupaten Jember”.

Tesis ini berisi penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan seperti kualitas pelayanan dan, *brand image* dan kepercayaan. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan sehingga memerlukan beberapa perbaikan berupa kritik dan saran. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu selama penyusunan tesis ini hingga selesai

Tesis ini tidak akan berhasil tanpa bimbingan, arahan dan kerjasama dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan Pascasarjana;
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang sejak awal perkuliahan selalu memberikan masukan atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini;
3. Dr. Budi Santoso, M.M., M.Akun selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember dan juga selaku dosen pembimbing utama yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran serta dukungan motivasi dalam membimbing penulisan tesis ini;
4. Dr.Nurul Qomariah, M.M. selaku dosen pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing penulisan tesis ini

5. Dr. Ni Nyoman Putu Martini G., MM selaku dosen pembimbing pemdamping yang telah banyak memberi bantuan dan masukan kepada peneliti;
6. Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan-perbaikan yang sangat bermanfaat dalam menyusun tesis ini;
7. Segenap Dosen pengampu mata kuliah di Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama menempuh perkuliahan;
8. Seluruh anggota Dinas Pendidikan Kabupaten Jember atas waktu dan kerja samanya dalam penelitian ini;
9. Kedua orang tua, istri, anak dan keluarga yang telah memberikan support, doa, dan kasih sayangnya sehingga penulis bisa menyelesaikan dengan tepat waktu;
10. Rekan-rekan seperjuangan Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang saling mendukung dan membantu satu sama lain dari awal kuliah hingga akhir semester ini

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa sebagai manusia biasa yang tidak lepas dari suatu kesalahan tentunya kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Besar harapan penulis apabila ada kritik dan saran yang sifatnya membangun dari semua pihak demi kesempurnaan tesis ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat digunakan bagi pihak-pihak yang butuhkan sesuai maksud dan tujuan sebagaimana mestinya.

Jember, Juli 2025

Yang menyatakan

Suprih Nurhadi
NIM. 2220414018

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
TESIS	iii
PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 <i>Grand Theory</i> atau Teori Umum	15
2.1.2 <i>Middle Theory</i> atau Teori Menengah	18
2.1.3 <i>Applied Theory</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu	28
2.3 Kerangka Konseptual.....	29
2.4 Pengembangan Hipotesis	31
2.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan	31
2.4.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepercayaan	32
2.4.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	33

2.4.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan	34
2.4.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan	35
2.4.6 Pengaruh Tidak Langsung Antara Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	35
2.4.7 Pengaruh Tidak Langsung Antara <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel <i>Intervening</i>	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Desain Penelitian.....	39
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	40
3.3.1 Kualitas Pelayanan (X_1)	41
3.3.2 <i>Brand Image</i> (X_2).....	41
3.3.3 Kepercayaan (Z)	42
3.3.4 Kepuasan (Y).....	42
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	43
3.5 Populasi dan Sampel.....	43
3.5.1 Populasi.....	43
3.5.2 Sampel.....	44
3.6 Teknik Pengumpulan Data	45
3.7 Teknik Pengolahan Data	46
3.8 Teknik Analisis Data	48
3.8.1 Uji <i>Outer Model</i> (Uji Instrumen)	48
3.8.2 Uji <i>Inner Model</i> (Analisis Jalur).....	49
3.8.3 Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	52
4.2 Karakteristik Responden	52

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	54
4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	54
4.3.2 Variabel <i>Brand Image</i> (X2)	55
4.3.4 Variabel Kepuasan (Y).....	56
4.4.1 Uji <i>Outer Model</i> (Uji Instrumen)	57
4.4.2 Uji <i>Inner Model</i> (Analisis Jalur)	60
4.4.3 Uji Hipotesis	62
4.5 Pembahasan.....	65
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan	65
4.5.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepercayaan	66
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.....	66
4.5.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> Pegawai Terhadap Kepuasan.....	67
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan	67
4.5.6 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan	68
4.5.7 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Kepuasan Melalui Kepercayaan	69
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan.....	70
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
<i>Lampiran Kuisioner Responden</i>	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Target Kinerja	8
Tabel 3.1 Tabel Populasi	44
Tabel 3.2 Teknik Pengambilan Sample Menggunakan Teknik Proporisonal	44
Tabel 3.3 Tabel <i>Propotional Sampling</i>	45
Tabel 3.4 Tabel Skala Likert.....	47
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Usia Responden	53
Tabel 4. 4 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	54
Tabel 4. 5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Brand Image (X2).....	55
Tabel 4. 6 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepercayaan (Z) .	56
Tabel 4. 7 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan (Y)	56
Tabel 4. 8 Nilai Loading Factor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	57
Tabel 4. 9 Nilai Loading Factor Indikator Variabel Brand Image (X2).....	58
Tabel 4. 10 Nilai Loading Factor Indikator Variabel Kepercayaan (X3).....	58
Tabel 4. 11 Nilai Loading Factor Indikator Variabel Kepuasan (Y)	58
Tabel 4. 12 Nilai Correlations among l.vs. with sq. rts. of AVEs.....	59
Tabel 4. 13 Nilai Composite reliability coefficients dan Cronbach's alpha coefficients.....	60
Tabel 4. 14 Model fit and quality indices	61
Tabel 4. 15 Nilai Koefesien Jalur Pengaruh Langsung	62
Tabel 4. 16 Nilai Koefesien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	64
Tabel 4. 17 Nilai Koefesien Jalur Pengaruh Total	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori.....	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	39

