

**PENGARUH *PERCEIVED VALUE* DAN *PERCEIVED QUALITY*
TERHADAP KEPUASAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PDAM BONDOWOSO**

TESIS

**Untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Magister Manajemen (MM) pada
program studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember**



Oleh :

**KEVIN ADITYA YUDHA PERMANA
NIM. 2320412014**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : KEVIN ADITYA YUDHA PERMANA

NIM : 2320412014

Prodi : Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa tesis yang berjudul: Pengaruh Perceived Value Dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PDAM Bondowoso adalah hasil karya saya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan dan keberan 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, 19 Januari 2026

Yang menyatakan,



KEVIN ADITYA YUDHA PERMANA

2320412014

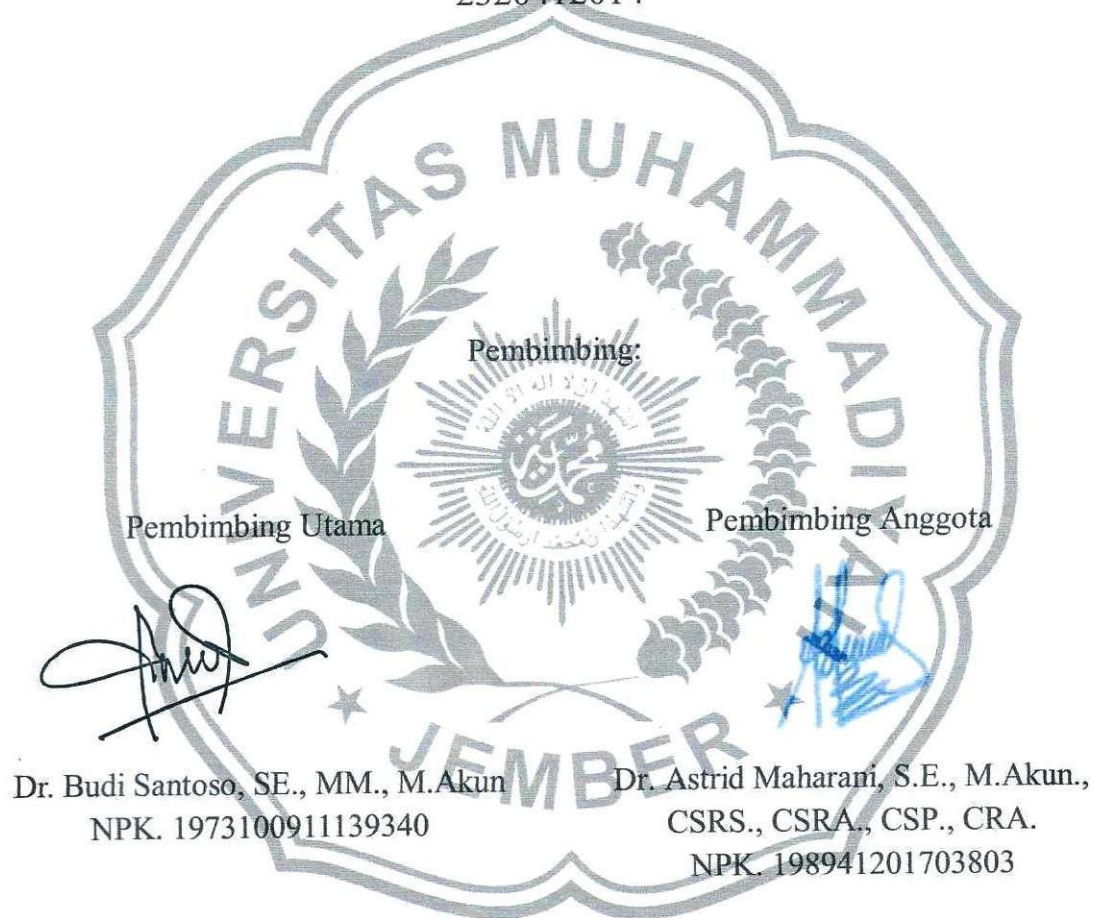
TESIS

PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP
KEPUASAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING PADA PDAM BONDOWOSO

Oleh :

KEVIN ADITYA YUDHA PERMANA

2320412014

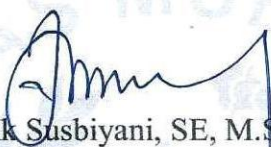


PENGESAHAN

Tesis berjudul : *PENGARUH PERCEIVED VALUE DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUASAN DENGAN KEPERCAYAAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PDAM BONDOWOSO* telah diuji dan disahkan oleh Prodi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Senin
Tanggal : 19 Januari 2026
Tempat : Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,
Ketua,


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

Anggota 1



Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun
NPK. 197011201990278

Anggota 2



Dr. Astrid Maharani, S.E., M.Akun.,
CSRS., CSRA., CSP., CRA.
NPK. 198941201703803

Mengesahkan:


Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Mahen Ika Sari, S.E., M.M
NIP.197708112005012001

Ketua Program Studi


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

KATA PENGANTAR

Puji syukur Kehadirat Allah SWT terucap atas segala karunia-Nya yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Pengaruh Perceived Value Dan Perceived Quality Terhadap Kepuasan Dengan Kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada PDAM Bondowoso. 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 dalam menyelesaikan tesis ini.

Penelitian ini dapat diselesaikan dengan bantuan dari berbagai pihak yang berada di sekitar penulis, oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih sedalam– dalamnya kepada:

1. Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan S2.
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Budi Santoso, SE., MM., M.Akun selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember sekaligus sebagai dosen pembimbing utama yang banyak memberikan saran, masukan dan bimbingan yang luar biasa atas kesempurnaan dalam penyelesaian tesis ini
4. Dr. Arik Susbiyani, SE, M.Si selaku ketua penguji dalam penyusunan tesis ini yang banyak memberikan masukan demi kesempurnaan tesis ini.
5. Dr. Astrid Maharani, S.E., M.Akun., CSRS., CSRA., CSP., CRA, sebagai dosen pembimbing yang terus memberikan dukungan untuk menyelesaikan tesis ini.
6. Seluruh staf pengajar Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak memberikan transfer ilmu pengetahuan kepada penulis sehingga tesis ini dapat diselesaikan.
7. Segenap staf administrasi Program Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang telah banyak membantu memberikan informasi dan penyiapan sarana pada kesempatan ujian tesis ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Program Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember yang selama ini telah banyak memberikan dorongan, kepuasan, kesempatan berdiskusi, bertukar pikiran, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Seluruh pihak baik langsung maupun tidak langsung yang telah banyak membantu penyelesaian tesis ini.

Sebagai manusia penulis menyadari bahwa mungkin terdapat beberapa hal yang kurang berkenan dalam pengerjaan tesis ini harap menjadi koreksi untuk karya yang akan datang dan semoga ini bermanfaat serta dapat digunakan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Jember, 19 Januari 2026

Penulis

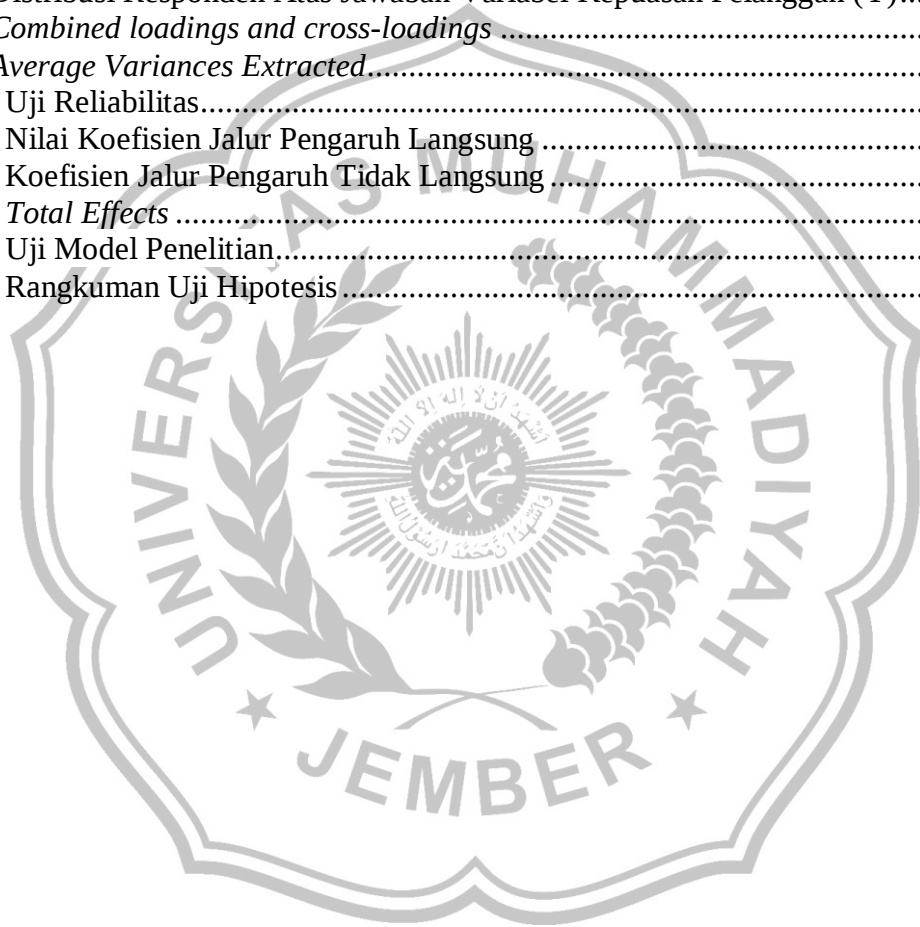
DAFTAR ISI

Halaman Cover	
PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Expectation-Confirmation Theory (ECT)	7
2.2 Kepuasan Konsumen	8
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	8
2.2.2 Elemen Kepuasan Konsumen	9
2.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan	9
2.2.4 Mengukur Kepuasan	10
2.2.5 Indikator Kepuasan	10
2.3 Kepercayaan Konsumen	11
2.3.1 Definisi Kepercayaan Konsumen	11
2.3.2 Indikator Kepercayaan	12
2.4 Perceived value	13
2.4.1 Definisi <i>Perceived value</i>	13
2.4.2 Indikator <i>Perceived value</i>	13
2.5 Perceived Quality	14
2.5.1 Definisi <i>Perceived Quality</i>	14
2.5.2 Indikator <i>Perceived Quality</i>	15
2.6 Penelitian Terdahulu	15
2.7 Pengembangan Hipotesis	24
2.7.1 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan	24
2.7.2 Pengaruh <i>Perceived quality</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan	24
2.7.3 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	25
2.7.4 Pengaruh <i>Perceived quality</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	26
2.7.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Kepercayaan Pelanggan	27
2.7.6 Pengaruh <i>Perceived value</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	27
2.7.7 Pengaruh <i>Perceived quality</i> terhadap Kepercayaan Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan	28
2.8 Kerangka Konseptual	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Desain Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	31
3.3 Variabel Penelitian	31

3.4 Definisi Operasional.....	32
3.4.1 Dimensionalisasi Variabel <i>Perceived Value</i> (X1).....	32
3.4.2 Dimensionalisasi Variabel <i>Perceived Quality</i> (X2).....	33
3.4.3 Dimensionalisasi Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z).....	33
3.4.4 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	34
3.5. Jenis dan Sumber Data	35
3.6 Populasi dan Sampel	35
3.6.1 Populasi.....	35
3.6.2 Sampel	36
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	36
3.8 Teknik Pengolahan Data	38
3.9 Teknik Analisis	38
3.9.1 Analisis Deskriptif	38
3.9.2 Uji Outer Model	39
3.9.3 Uji Inner Model.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	42
4.2 Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	45
4.3.1 Variabel <i>Perceived value</i> (X1).....	45
4.3.2 Variabel <i>Perceived quality</i> (X2)	47
4.3.4 Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z)	48
4.3.5 Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
4.4 Hasil Analisa Data.....	51
4.4.1 Evaluasi <i>Outer Model</i>	51
4.4.2 Evaluasi Inner Model.....	52
4.5. Pembahasan.....	57
4.5.1 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	57
4.5.2 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	58
4.5.3 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.5.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	60
4.5.5 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
4.5.6 Pengaruh <i>Perceived Value</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan.....	63
4.5.7 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Kepercayaan Pelanggan.....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran.....	67
5.2.1 Saran Praktis.....	67
5.2.2 Saran Teoritis.....	67
5.3 Keterbatasan Penelitian	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pelanggan PDAM Kabupaten Bondowoso	2
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Pemberian Skor (Penilaian)	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	45
Tabel 4.4 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Perceived Value</i> (X1).....	46
Tabel 4.5 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel <i>Perceived quality</i> (X2).....	47
Tabel 4.6 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan (Z)	49
Tabel 4.7 Distribusi Responden Atas Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	50
Tabel 4.8 <i>Combined loadings and cross-loadings</i>	51
Tabel 4.9 <i>Average Variances Extracted</i>	52
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas.....	52
Tabel 4.11 Nilai Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	53
Tabel 4.12 Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	54
Tabel 4.13 <i>Total Effects</i>	54
Tabel 4.14 Uji Model Penelitian.....	56
Tabel 4.15 Rangkuman Uji Hipotesis.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori Penelitian.....	7
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PDAM Bondowoso.....	43
Gambar 4.2 Model Hipotesis.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	75
Lampiran 2. Frequency Table.....	80
Lampiran 3. Uji Validitas	84
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	85
Lampiran 5. Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Langsung	86
Lampiran 6. Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Tidak Langsung	87
Lampiran 7. Perhitungan Koefisien Jalur Pengaruh Total	88
Lampiran 8. Uji Model Penelitian	89

