

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PO MENGGALA**

SKRIPSI



Oleh :

GERRY HUTAMA ORLANDO
21012010303/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PO MENGGALA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Oleh :

GERRY HUTAMA ORLANDO
21012010303/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2025**

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PO MANGGALA**

Disusun Oleh:

GERRY HUTAMA ORLANDO

21012010303/FEB/EM

**Telah Dipertahankan Dihadapan
Dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal : 5 Agustus 2025**

Dosen Pembimbing Utama

Ugy Soebiantoro, S.E., M.M.
NIP. 196708182021211001

**Tim Penguji
Ketua**

Drs. Ec. Supriyono, M.M.
NIP. 196106261988031001

Anggota

Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gerry Utama Orlando
NPM : 21012010303
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Desertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 5 Agustus 2025

Yang Membuat Pernyataan



Gerry Utama Orlando
NPM. 21012010303

KATA PENGANTAR

Segala puji saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul 'Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Trust Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PO Menggala'. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. Dengan terselesaikannya skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam proses penyusunan skripsi ini.

Selama penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran banyak pihak atas motivasi dan membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Allah SWT. atas berkat dan rahmatnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa dan dukungan baik moral maupun material kepada saya agar dapat berusaha menyelesaikan skripsi dengan memberikan hasil yang terbaik
3. Prof. Dr. Ir. Ahmad Fauzi, MMT., IPU., ASEAN.Eng. selaku Rektor UPN Veteran Jawa Timur
4. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jawa Timur.

5. Dr.Wiwik Handayani, S.E., M.Si., selaku Koordinator Program Studi Manajemen UPN Veteran Jawa Timur.
6. Ugy Soebiantoro S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang memberikan pengarahan, motivasi, dan kebijaksanaan dalam membantu penulisan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Penguji yang turut andil dan membantu dalam penulisan penelitian ini.
8. Teman dan sahabat saya yang telah memberikan dukungan semangat, saran, masukan dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Saya ucapkan banyak terima kasih juga kepada semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah terlibat memberikan doa, semangat dan dukungan kepada saya. Saya menyadari masih banyak kekurangan mendasar pada skripsi ini. oleh karena itu, saya berharap kepada pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang membangun untuk penyempurnaan penelitian ini kedepannya. Saya juga berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak khususnya teman-teman di UPN Veteran Jawa Timur.

Surabaya, 19 Juni 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Kualitas Layanan.....	14
2.2.1.1 Indikator Kualitas Layanan	15
2.2.2 Brand trust.....	15
2.2.3 Kepuasan Konsumen.....	17
2.2.3.1 Indikator Kepuasan Konsumen	17
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	18
2.3.1 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen	18
2.4 Kerangka Konseptual	20

2.5 Hipotesis	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	23
3.1.1 Definisi Operasional Variabel	23
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	26
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	27
3.2.1 Populasi.....	27
3.2.2 Sampel	27
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	28
3.3.1 Sumber dan Jenis Data	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	29
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.4.1 Uji Validitas	29
3.4.2 Uji Reliabilitas	29
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	30
3.5.1 Teknik Analisis	30
3.5.2 Langkah-Langkah PLS	31
3.5.3 Asumsi PLS.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian	42
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	43
4.2.1 Analisis Karakteristik Responden	44
4.2.2 Deskripsi Variabel	44

4.2.1.1 Kualitas Layanan (X1)	44
4.2.1.2 Brand Trust (X2).....	47
4.2.1.3 Kepuasan Konsumen (Y).....	48
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	49
4.3.1 Interpretasi Hasil Olah Data PLS	49
4.3.1.1 Pengujian Modal Pengukuran (Outer Model)	49
4.3.1.2 Analisis Model PLS	53
4.3.1.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)	53
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis.....	54
4.4 Pembahasan	55
4.4.1 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	55
4.4.2 Pengaruh Brand Trust terhadap Kepuasan Konsumen	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	61
LAMPIRAN.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Transportasi Bus Pariwisata/Travel.....	3
Gambar 1. 2 Postingan dan Komentar Instagram PO Menggala.....	6
Gambar 1. 3 Testimoni Konsumen PO Menggala.....	8
Gambar 1. 4 Testimoni Konsumen PO Menggala.....	9
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	21
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah PLS	31
Gambar 3. 2 Diagram Jalur PLS	34
Gambar 4. 1 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient, dan R- Square	53
Gambar 4. 2 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan Bus Pariwisata PO Menggala Periode Januari 2022 –Februari 2025	4
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kualitas Layanan (X1)	44
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai	46
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepuasan Konsumen (Y)	48
Tabel 4. 5 Outer Loading (Factor Loading)	49
Tabel 4. 6 Cross Loading	50
Tabel 4. 7 Average Variance Extracted (AVE)	50
Tabel 4. 8 Composite Reliability	51
Tabel 4. 9 Latent Variable Correlations	52
Tabel 4. 10 R Square	53
Tabel 4. 11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values).....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	64
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	69
Lampiran 3 Outer Loading (Factor Loading).....	72
Lampiran 4 Cross Loading.....	72
Lampiran 5 Average Variance Extracted (AVE)	73
Lampiran 6 Composite Reliability	73
Lampiran 7 Latent Variable Correlations	73
Lampiran 8 Outer Model dengan factor loading, Path Coefficient, dan R- Square	74
Lampiran 9 R Square	74
Lampiran 10 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values, P-Values)	75
Lampiran 11 Inner Model dengan nilai signifikansi T-Statistic Bootstrapping.....	75

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN *BRAND TRUST* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PO MENGGALA

Oleh:
Gerry Hutama Orlando
21012010303/FEB/EM

ABSTRAKSI

Industri bus pariwisata di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kebutuhan perjalanan kelompok dan perkembangan sektor pariwisata nasional. Persaingan antar perusahaan otobus (PO) di Surabaya, termasuk PO Menggala, semakin ketat sehingga menuntut peningkatan kualitas layanan dan pembangunan kepercayaan merek (*brand trust*) guna mencapai kepuasan konsumen yang optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan *brand trust* terhadap kepuasan konsumen pada PO Menggala. Kualitas layanan diukur melalui aspek keandalan, kenyamanan, keamanan, serta fasilitas yang disediakan, sedangkan *brand trust* dibangun melalui konsistensi pelayanan, profesionalisme kru, dan transparansi kebijakan.

Data diperoleh melalui survei konsumen PO Menggala dan dianalisis secara kuantitatif. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya kualitas layanan dan *brand trust* dalam meningkatkan kepuasan konsumen pada industri transportasi darat, khususnya bus pariwisata.

Temuan ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi PO Menggala dalam merumuskan strategi pemasaran dan peningkatan mutu layanan agar mampu bersaing secara berkelanjutan. Selain itu, penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan teori manajemen pemasaran, khususnya terkait hubungan antara kualitas layanan, *brand trust*, dan kepuasan konsumen di sektor transportasi pariwisata.

Kata kunci : Kualitas Layanan, Brand Trust, Kepuasan Konsumen, PO Menggala, Bus Pariwisata, Transportasi Darat