

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN KEMBALI JASA DENGAN KEPERCAYAAN SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI PADA PT NUR RAMADHAN WISATA**

TESIS

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Mencapai Gelar Magister Manajemen



Oleh:

Viqi Al Wahyuddin

NPM. 23061020001

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PASCASARJANA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2026

LEMBAR PENGESAHAN
TESIS
PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN KEMBALI JASA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT NUR RAMADHAN WISATA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Viqi Al Wahyuddin

NPM : 23061020001/FEB/MM

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 02 Februari 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

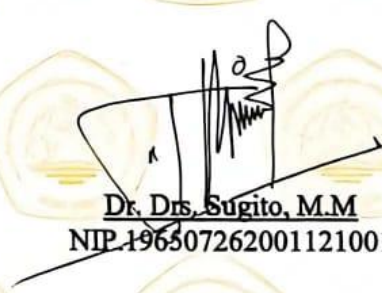
SUSUNAN DEWAN PENGUJI
Pembimbing


Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE,MM,CFP
NIP.196309241989031001


Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM
NIP.196801081989031001

Anggota
Dewan Penguji


Dr. Dra. Ika Korika Swasti, M.Pd
NIP.196409201989032001


Dr. Drs. Sugito, M.M
NIP.196507262001121001

Surabaya, 10 Februari 2026

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Reputasi terhadap Niat Menggunakan Kembali jasa dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi pada PT Nur Ramadhan Wisata”** dengan lancar dan sesuai dengan waktu yang direncanakan. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa terselesaikannya karya ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, M.MT., IPU., ASEAN.Eng, selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam proses pendidikan di kampus ini.
2. Dr. Dra. Tri Kartika Pertiwi, M.M., CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.
3. Prof. Dr. Yuningsih, SE, M.Si., selaku Koordinator program studi Magister Manajemen Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur.

4. Dr. Dhani Ichsanuddin Nur, SE,MM,CFP dan Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing, memberi arahan, masukan, serta motivasi dalam penyusunan tesis ini.
5. Seluruh dosen dan staf administrasi Program Magister Manajemen, yang telah memberikan ilmu, bimbingan, serta bantuan selama masa perkuliahan hingga penyusunan tesis.
6. Keluarga tercinta, terutama orang tua Bpk Mujahidin dan Ibu Samiah, atas doa, dukungan moril dan spiritual, serta pengorbanannya yang tiada henti selama penulis menempuh pendidikan.
7. Sahabat saya Sadam, Kholis, Pici, Shokhid, Billy dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah menemani susah senang dalam pengerjaan tesis ini.
8. Pimpinan dan staf PT Nur Ramadhan Wisata, atas kesediaannya menjadi objek penelitian dan memberikan data serta informasi yang dibutuhkan.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran jasa, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Surabaya, 10 Februari 2026

Viqi Al Wahyuddin

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : VIQI AL WAHYUDDIN
NPM : 23061020001
Program Studi : Magister Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tesis tidak terdapat bagian karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang bersumber dari dokumen lain orang/Lembaga lain, kecuali yang disitasi.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat indikasi plagiasi pada Tesis ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU no 20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

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

Surabaya, 10 Februari 2026



VIQI AL WAHYUDDIN

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
BAB I Pendahuluan	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II Tinjauan Pustaka	12
2.1. Penelitian Terdahulu.....	12
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Grand Theory	16
2.2.2. Kualitas Layanan.....	17
2.2.3. Reputasi.....	28
2.2.4. Niat Menggunakan Kembali Jasa	35
2.2.5. Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	41
2.3. Hubungan Antar Variabel.....	45
2.4. Kerangka Konseptual	48
2.5. Hipotesis	48
BAB III Metodologi Penelitian.....	50
3.1. Jenis dan Desain Penelitian	50
3.2. Definisi Operasional.....	51
3.3. Tempat dan Waktu Penelitian	54
3.4. Populasi dan Sampel	55
BAB IV Hasil dan Pembahasan	64

4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	64
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	66
4.3 Hasil Penelitian.....	75
4.4 Pembahasan	82
BAB V Kesimpulan dan Saran	103
5.1. Kesimpulan.....	103
5.2. Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	113

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Jamaah Umroh Indonesia Tahun 2022-2024	2
Tabel 1. 2 Jumlah Jamaah Umroh PT Nur Ramadhan Wisata tahun 2022 - 2024.....	3
Tabel 4. 1 Responden Menurut Umur.....	67
Tabel 4. 2 Responden Menurut Pekerjaan	68
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kualitas Layanan	70
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Reputasi	71
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan	72
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Niat Beli Ulang.....	74
Tabel 4. 7 Uji Validitas Konvergen (Convergent Validity)	76
Tabel 4. 8 Uji Validitas Diskriminan (Discriminant Validity) Fornell Lacker	77
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas Konstruk	77
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	78
Tabel 4. 11 Uji Predict Relevance (Q^2).....	79
Tabel 4. 12 Uji Effect Size (f^2)	79
Tabel 4. 13 Uji Signifikansi dan Hubungan Antar Variabel (Bootstrapping).....	80
Tabel 4. 14 Uji Pengaruh Mediasi (Indirect Effect).....	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Diagram Model PLS	75
-------------------------------------	----

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN REPUTASI TERHADAP NIAT
MENGUNAKAN KEMBALI JASA DENGAN KEPERCAYAAN
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA PT NUR RAMADHAN WISATA**

Viqi Al Wahyuddin
23061020001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan reputasi perusahaan terhadap niat menggunakan kembali jasa pada PT Nur Ramadhan Wisata, serta mengkaji peran kepercayaan sebagai variabel yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan reputasi dengan Niat menggunakan kembali jasa dalam konteks jasa perjalanan ibadah umrah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausalitas (explanatory research) yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antarvariabel berdasarkan data numerik dari responden. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas layanan dan reputasi perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah Niat menggunakan kembali jasa jamaah PT Nur Ramadhan Wisata. Selain itu, penelitian ini melibatkan kepercayaan sebagai variabel mediasi untuk memahami perannya dalam menjembatani pengaruh kualitas layanan dan reputasi terhadap Niat menggunakan kembali jasa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan belum mampu memberikan kontribusi secara langsung untuk mendorong Niat menggunakan kembali jasa jamaah PT Nur Ramadhan Wisata. Selain itu, kepercayaan berperan sebagai faktor kunci yang menjembatani hubungan antara kualitas layanan dan reputasi dengan Niat menggunakan kembali jasa. Kualitas layanan dan reputasi yang baik terlebih dahulu membangun kepercayaan jamaah, dan kepercayaan tersebut selanjutnya memperkuat keinginan jamaah untuk kembali menggunakan jasa PT Nur Ramadhan Wisata secara berkelanjutan.

Kata kunci : kualitas layanan;reputasi;kepercayaan;dan niat menggunakan kembali jasa

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND REPUTATION ON THE
INTENTION TO REUSE SERVICES WITH TRUST AS A MEDIATING
VARIABLE AT PT NUR RAMADHAN WISATA***

**Viqi Al Wahyuddin
23061020001**

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and company reputation on the intention to reuse services at PT Nur Ramadhan Wisata, as well as to examine the role of trust as a variable that bridges the relationship between service quality and reputation with repurchase interest in the context of umrah pilgrimage services.

This study uses a quantitative approach with a causal research design (explanatory research) that aims to analyze the cause-and-effect relationship between variables based on numerical data from respondents. The independent variables in this study are service quality and company reputation, while the dependent variable is the repurchase intention of PT Nur Ramadhan Wisata pilgrims. In addition, this study involves trust as a mediating variable to understand its role in bridging the influence of service quality and reputation on repurchase intention.

The results show that service quality has not been able to contribute directly to encouraging the repurchase intention of PT Nur Ramadhan Wisata pilgrims. In addition, trust plays a key role in bridging the relationship between service quality and reputation with repurchase intention. Good service quality and reputation first build customer trust, and that trust then strengthens the desire of customers to continue using the services of PT Nur Ramadhan Wisata.

Keywords: service quality; reputation; trust; and reuse intention