



**PERAN REPUTASI PERUSAHAAN DALAM MEMEDIASI
HUBUNGAN KUALITAS LAYANAN DAN KETERSEDIAAN
INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. XYZ**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Manajemen

**TAUFIQ NAZHAR HABIBIE
(55120020013)**

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2024**

ABSTRACT

This study aims to determine the role of corporate reputation in mediating the relationship between service quality and information availability on customer satisfaction at PT. XYZ. This research employs a causal quantitative method with purposive sampling as the technique used. The population in this study consists of 44 companies and 132 respondents who serve as the research sample. Data analysis was conducted using SEM-PLS with the assistance of SmartPLS 3.2.9 software. The findings of this study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Furthermore, information availability has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on corporate reputation, and information availability has a positive and significant effect on corporate reputation. Corporate reputation plays a role in mediating the relationship between service quality and corporate reputation.

Keywords: *Service Quality, Information Availability, Corporate Reputation, Customer Satisfaction.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran reputasi perusahaan dalam memediasi hubungan kualitas layanan dan ketersediaan informasi terhadap kepuasan pelanggan PT.XYZ. Metode kausal kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan *purposive sampling* sebagai teknik yang dipakai, sehingga populasi yang ada pada penelitian ini berjumlah 44 perusahaan dan 132 responden yang menjadi sampel penelitian. Analisis data yang digunakan SEM-PLS dengan bantuan aplikasi SmartPLS 3.2.9. Temuan pada penelitian ini Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, selanjutnya Ketersediaan Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan, Ketersediaan Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Reputasi Perusahaan. Reputasi perusahaan berpengaruh dalam memediasi hubungan antara Kualitas layanan dan reputasi perusahaan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Ketersediaan Informasi, Reputasi Perusahaan, Kepuasan Pelanggan.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Taufiq Nazhar Habibie
NIM : 55120020013
Program Studi : Manajemen Pemasaran

dengan judul

“Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Hubungan Kualitas Layanan dan Ketersediaan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ”, telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 10/08/2014, didapatkan nilai persentase sebesar 18 %.

Jakarta, 12 Agustus 2024
Administrator Turnitin



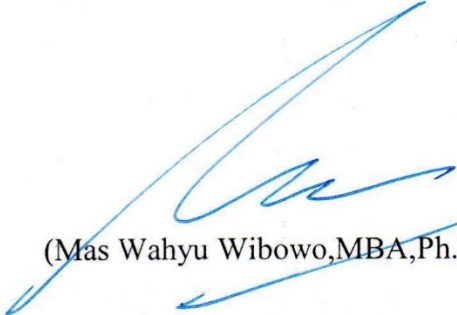
Arie Pangudi, A.Md

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Peran Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan
Kualitas Layanan Dan Ketersediaan Informasi Terhadap
Kepuasan Pelanggan PT. XYZ
Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif
Nama : Taufiq Nazhar Habibie
NIM : 5120020013
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 21 Agustus 2024

Mengesahkan

Pembimbing



(Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak)



(Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Peran Reputasi Perusahaan dalam Memediasi Hubungan Kualitas Layanan dan Ketersediaan Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ
Bentuk Tesis : Penelitian Kuantitatif
Nama : Taufiq Nazhar Habibie
NIM : 55120020013
Program : Magister Manajemen
Tanggal : 21 Agustus 2024

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 21 Agustus 2024



Taufiq Nazhar Habibie

KATA PENGANTAR

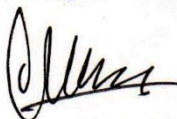
Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan judul " Peran Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Layanan Dan Ketersediaan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XYZ ". Tesis ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Mas Wahyu Wibowo, MBA, Ph.D selaku Dosen Pembimbing Tesis yang telah memberikan waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan, dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat demi terselesaikannya Tesis ini. Penyusunan Tesis ini juga tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tesis ini terutama kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M. Eng., selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Si, Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Lenny Christina Nawangsari, MM., selaku Ketua Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Dudi Permana, Ph.D., selaku ketua penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan yang sangat berarti untuk perbaikan Tesis ini.
5. Dr. Erna Sofriana Imaningsih, M.Si., selaku dosen penguji ujian akhir Tesis, yang telah memberikan masukan dan saran agar Tesis ini menjadi lebih baik.
6. Teristimewa, kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat, doa dan dukungan moral dan material yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan Tesis ini.
7. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Tesis ini, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa, bahwa penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Selain itu, dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kelemahan dalam Tesis ini. Akhir kata, semoga Tesis ini bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan khususnya bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 21 Agustus 2024


(...Taufiq Akshel...)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	15
1.3. Rumusan Masalah	16
1.4. Tujuan Penelitian.....	17
1.5. Kontribusi Penelitian.....	18
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	20
2.1. Kajian Teori.....	20
2.1.1. Kepuasan Pelanggan	20
2.1.2. Kualitas Layanan.....	26
2.1.3. Ketersediaan Informasi	32
2.1.4. Reputasi Perusahaan.....	38
2.2. Penelitian Terdahulu.....	45
2.3. Pengembangan Hipotesis	61
2.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
2.3.2. Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan .	62
2.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Reputasi Perusahaan	64
2.3.4. Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Reputasi Perusahaan .	65
2.3.5. Pengaruh Reputasi Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	66
2.3.6. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	66

2.3.7. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Ketersediaan Informasi dan Kepuasan Pelanggan	68
BAB III. METODE PENELITIAN	71
3.1. Desain Penelitian	71
3.2. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	71
3.2.1. Definisi Naratif.....	71
3.2.2. Operasional Varibel	74
3.3. Populasi dan Sampel	75
3.3.1. Populasi.....	75
3.3.2. Sampel.....	75
3.4. Metode Pengumpulan Data	76
3.4.1. Data Primer	76
3.5. Metode Analisis Data	77
3.5.1. Analisis Partial Least Square (PLS).....	77
3.5.2. <i>Measurement Invariance</i>	84
3.5.3. <i>Multi Group Analysis</i> (MGA).....	85
3.5.4. Pengujian Hipotesis (Estimasi Koefisien Jalur)	86
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	87
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	87
4.1.1. Tentang Perusahaan Training dan Consulting di Indonesia.....	1007
4.1.2. Visi, Misi, dan Tata Nilai PT.XYZ	89
4.1.3. Pelatihan dan Pengembangan Karyawan	89
4.2. Statistik Deskriptif.....	90
4.2.1. Deskripsi Responden.....	90
4.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	91
4.3. Hasil Analisis Partial Least Square	92
4.3.1. Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	92
4.3.2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	96
4.4. Pembahasan	100
4.4.1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	100
4.4.2. Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	102
4.4.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Reputasi Perusahaan	103
4.4.4. Pengaruh Ketersediaan Informasi Terhadap reputasi Perusahaan	105
4.4.5. Pengaruh Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Pelanggan	107

4.4.6. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan	108
4.4.7. Pengaruh Reputasi Perusahaan Dalam Memediasi Hubungan Ketersediaan Informasi dan Kepuasan Pelanggan	108
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	113
5.1. Kesimpulan.....	113
5.2. Saran.....	114
DAFTAR PUSTAKA	120
LAMPIRAN.....	128

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	74
Tabel 3.2 Skala Likert.....	77
Tabel 3.3. Rule of Thumb Validitas.....	79
Tabel 3.4 Rule of Thumb Reliabilitas.....	80
Tabel 3.5. Rule of Thumb Model Struktural.....	84
Tabel 4.1. Karakteristik Responden.....	90
Tabel 4.2. Pengelompokan Penilaian Responden Five Box Method.....	92
Tabel 4.3. Loading Factor Iterasi.....	93
Tabel 4.4. Average Variance Extracted.....	94
Tabel 4.5. Cross Loading.....	95
Tabel 4.6. Construct Reliability.....	96
Tabel 4.7. R Squares.....	97
Tabel 4.8. <i>Q-Square</i>	97
Tabel 4.9. <i>Path Coefficient (Direct Effect) & Specific Indirect Effect</i>	98
Tabel 4.10. <i>Hasil Uji Hipotesis</i>	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Perekonomian Indonesia (Q1-2019 s/d Q1-2022).....	2
Gambar 1.2 Skor Kepuasan Pelanggan PT. XYZ 2017 - 2022.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	69
Gambar 4.1 Hasil PLS Algorithm Iterasi	93
Gambar 4.2 Hasil Bootstraping	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	128
Lampiran 2. Algoritma SEM PLS.....	132
Lampiran 3. Hasil SEM PLS.....	146
Lampiran 4. Curriculum Vitae..	148