

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PERCEIVED VALUE TERHADAP KEPERCAYAAN
MITRA DENGAN KEPUASAN MITRA SEBAGAI
VARIABEL MEDIASI**

**(Studi Kasus Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2
Teluk Bayur)**



OLEH:

MARIO RICCI MANGU

NPM 2410018210008

**PROGRAM STUDI MAGISTER SAINS MANAJEMEN (M.Si)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BUNG HATTA**

TAHUN AKADEMIK 2026

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP KEPERCAYAAN MITRA DENGAN KEPUASAN MITRA
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)

OLEH:

MARIO RICCI MANGU

NPM 2410018210008

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

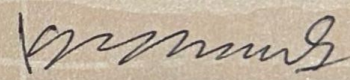
Pada tanggal 12 Februari 2026

Menyetujui:

Pembimbing I,


Sefnedi, SE., M.M., Ph.D

Pembimbing II,


Dr. Kasman Karimi, SE., M.Si

Ketua Program Studi,


Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCIEVED VALUE*
TERHADAP KEPERCAYAAN MITRA DENGAN KEPUASAN MITRA
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)

OLEH:

MARIO RICCI MANGU

NPM 2410018212008

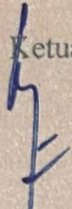
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

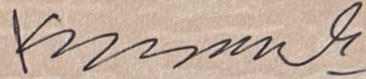
Pada tanggal 12 Februari 2026

Menyetujui:

Ketua

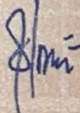
Sekretaris


Sefnedi, S.R., M.M., Ph.D


Dr. Kasman Karimi, S.E., M.Si

Anggota,

Anggota,


Dahliana Kamener, B.S., MBA. Ph.D


Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D

Tesis ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

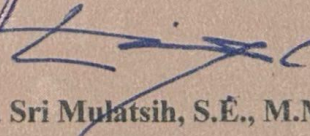
Magister Sains Manajemen pada tanggal 12 Februari 2026



Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Bung Hatta

Dekan,


Dr. Hj. Listiana Sri Mulatsih, S.E., M.M., CEAP

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MARIO RICCI MANGU

NPM : 2410018212008

Program Studi : Magister Sains Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Kepercayaan Mitra dengan Kepuasan Mitra sebagai variabel Mediasi (Studi kasus pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur”** dibuat untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Magister Sains Manajemen pada program konsentrasi Manajemen Pemasaran Program Pascasarja Bung Hatta. Sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari tesis yang telah dipublikasikan dari tesis yang telah dipublikasikan sebelumnya dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar Magister Sains Manajemen dalam lingkungan Universitas Bung Hatta maupun diperguruan tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Apabila dikemudian hari ternyata tidak sesuai dengan pernyataan diatas, maka penulis bersedia menerima sanksi yang dikenakan.

Padang, Maret 2026

Penulis,



MARIO RICCI MANGU

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN *PERCEIVED VALUE*
TERHADAP KEPERCAYAAN MITRA DENGAN KEPUASAN MITRA
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

(Studi Kasus Pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepercayaan mitra, dengan kepuasan mitra sebagai variabel mediasi, pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur. Studi ini dilatarbelakangi oleh pentingnya membangun kepercayaan dalam hubungan kemitraan bisnis di sektor jasa pelabuhan yang kompetitif dan dinamis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan menyebarkan kuesioner kepada 125 mitra aktif sebagai responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS), yang meliputi uji *validitas* dan *reliabilitas*, pengujian model pengukuran (*measurement model*), serta model struktural (*structural model*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *perceived value* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra, serta kepuasan mitra memiliki pengaruh signifikan terhadap kepercayaan mitra. Selain itu, kepuasan mitra terbukti mampu memediasi secara signifikan hubungan antara kualitas pelayanan dan *perceived value* terhadap kepercayaan mitra. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan nilai yang dirasakan mitra berperan penting dalam membentuk kepuasan dan kepercayaan jangka panjang dalam hubungan bisnis perusahaan pelabuhan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, *Perceived Value*, Kepuasan Mitra, Kepercayaan Mitra

The Effect of Service Quality and Perceived Value on Partner Trust, with Partner Satisfaction as a Mediating Variable
(Case Study at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of service quality and perceived value on partner trust, with partner satisfaction as a mediating variable, at PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur. The research is motivated by the importance of building trust in business partnerships within the competitive and dynamic port services sector. A quantitative approach was applied using a survey method, where questionnaires were distributed to 125 active business partners as respondents. The data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM) based on Partial Least Square (PLS), which includes validity and reliability testing, measurement model assessment, and structural model evaluation. The results show that both service quality and perceived value have a positive and significant effect on partner satisfaction, and partner satisfaction has a significant effect on partner trust. Moreover, partner satisfaction significantly mediates the relationship between service quality and perceived value with partner trust. These findings emphasize that improving service quality and perceived value plays a crucial role in fostering long-term satisfaction and trust in business relationships within the port industry.

Keywords: Service Quality, Perceived Value, Partner Satisfaction, Partner Trust

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, berkat, dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Penulis juga menghaturkan doa dan penghormatan kepada Bunda Maria yang senantiasa menyertai, melindungi, dan memberikan penguatan sehingga penulis diberikan kesehatan, kesempatan, serta kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan tesis ini. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bung Hatta Padang, dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Kepercayaan Mitra dengan Kepuasan Mitra sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)”.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis mendapatkan dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Diana Kartika selaku Rektor Universitas Bung Hatta yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada penulis untuk menempuh pendidikan di universitas ini.

2. Ibu Dr. Hj. Listiana Sri Mulastih, SE, MM., CEAP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi.
3. Ibu Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D. selaku Ketua Program Studi Pascasarjana Manajemen yang telah memberikan arahan dan bimbingan akademik selama masa studi.
4. Bapak Sefnedi, SE., M.M., Ph.D. selaku dosen pembimbing satu, yang dengan penuh kesabaran, ketelitian, dan perhatian memberikan banyak waktu untuk membimbing penulis hingga tesis ini dapat terselesaikan. Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dengan kesehatan, keberkahan, dan rahmat-Nya.
5. Bapak Dr. Kasman Karimi, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing dua yang telah memberikan masukan berharga, arahan, serta bimbingan penuh kesabaran selama proses penyusunan tesis ini. Tuhan Yang Maha Esa membalas segala kebaikan dengan kesehatan, keberkahan, dan rahmat-Nya.
6. Ibu Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D. dan Ibu Rika Desiyanti, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, kritik, serta saran yang sangat berharga demi penyempurnaan tesis ini. Ucapan terima kasih mendalam penulis sampaikan atas dedikasi dan kesabaran dalam membimbing serta mengarahkan penulis untuk menghasilkan karya ilmiah yang lebih baik.

7. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta yang telah mendidik serta memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat. Pimpinan dan jajaran PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur yang telah memberikan izin penelitian serta membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan.
8. Seluruh responden penelitian yang telah meluangkan waktu berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana sesuai rencana.
9. Kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibu, yang selalu menjadi sumber doa, semangat, dan cinta kasih yang tiada henti. Anak Cheilla, Kakak dan adik penulis serta keluarga besar yang senantiasa menjadi sumber semangat dan motivasi, yang selalu mendoakan serta mendukung dalam suka dan duka.
10. Rekan-rekan Bagian Teknik dan Operasi Pelabuhan Teluk Bayur yang selalu memberikan semangat, doa, serta kebersamaan yang menjadi penguat penulis dalam melalui setiap proses penyusunan tesis ini.
11. Rekan-rekan seperjuangan angkatan 35 Program Magister Manajemen Universitas Bung Hatta yang telah menjadi sahabat dalam suka dan duka selama menempuh pendidikan.

Atas segala yang telah diberikan kepada penulis, semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan kebaikan demi kebaikan serta menjadi amal jariyah yang takkan pernah terputus pahalanya, penulis juga menyadari sepenuhnya bahwa dalam

penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis berharap saran dan masukan dari para pembaca untuk menyempurnakan tesis ini. Akhir kata, semoga tesis sederhana ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Padang, Februari 2026

Penulis

Mario Ricci Mangu

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat Penelitian	15
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	Error! Bookmark not defined.
2.1. Kajian Literatur	Error! Bookmark not defined.
2.1.1. Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.1.2. Kepuasan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.1.3. Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.4. <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2. Pengembangan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.2.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.2.2. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepercayaan Mitra.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.2.4. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Mitra.	Error! Bookmark not defined.
2.2.5. Pengaruh Kepuasan Mitra terhadap kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.2.6. Pengaruh Kepuasan Mitra memediasi Kualitas Pelayanan dan	

Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.2.7. Pengaruh Kepuasan Mitra memediasi <i>Perceived Value</i> dan Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
2.3. Kerangka Konseptual.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1. Lokasi dan Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2. Objek dan Populasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4. Jenis Data Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1. Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
3.5.2. Kepuasan Mitra	Error! Bookmark not defined.
3.5.3. Kualitas Pelayanan.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.4. <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
3.6. Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.6.1. <i>Measurement Model Assessment</i> (MMA).....	Error! Bookmark not defined.
3.6.2. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
3.6.3. <i>R Square</i>	Error! Bookmark not defined.
3.6.4. <i>Q Square</i>	Error! Bookmark not defined.
3.6.5. <i>Structural Model Assessment</i> (SMA).....	Error! Bookmark not defined.
3.7. Tipe-tipe Mediasi	Error! Bookmark not defined.
BAB IV	Error! Bookmark not defined.
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1. Hasil Analisis	Error! Bookmark not defined.
4.1.1. Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2. <i>Measurement Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.3. Analisis Deskriptif	Error! Bookmark not defined.
4.1.4. Analisis <i>R Square</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.5. Analisis <i>Q Square</i>	Error! Bookmark not defined.
4.1.6. <i>Structural Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2. Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
4.2.2. Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap kepercayaan Mitra.....	Error! Bookmark not defined.

	Bookmark not defined.
4.2.3.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mitra Error! Bookmark not defined.
4.2.4.	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap Kepuasan Mitra. Error! Bookmark not defined.
4.2.5.	Pengaruh Kepuasan Mitra terhadap kepercayaan Mitra Error! Bookmark not defined.
4.2.6.	Pengaruh Kepuasan Mitra memediasi Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Mitra Error! Bookmark not defined.
4.2.7.	Pengaruh Kepuasan Mitra memediasi <i>Perceived Value</i> dan Kepercayaan Mitra Error! Bookmark not defined.
BAB V	PENUTUP Error! Bookmark not defined.
5.1.	Kesimpulan Error! Bookmark not defined.
5.2.	Implikasi Penelitian..... Error! Bookmark not defined.
5.2.1.	Implikasi Praktis Error! Bookmark not defined.
5.3.	Keterbatasan dan Saran..... Error! Bookmark not defined.
DAFTAR	PUSTAKA Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 1	MAPPING PENELITIAN TERDAHULU Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2	KUESIONER PENELITIAN Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 3	TABULASI DATA (N=125) Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 4	PROFIL RESPONDEN Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 5	<i>MEASUREMENT MODEL ASSESSMENT</i> Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 6	ANALISIS DESKRIPTIF Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 7	<i>R SQUARE</i> dan <i>Q SQUARE</i> Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 8	<i>STRUCTURAL MODEL ASSESMENT</i> Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 *Struktur Structural Model Assessmen***Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Survey Awal Kepercayaan Mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur Tahun 2025	5
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Kriteria Tingkat Capaian Responden (TCP)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Kriteria <i>R Square</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3.4 Kriteria <i>Q Square</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 5 Tipe Pengujian Mediasi.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Hasil <i>Outer Loadings</i> (Tahap 1)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Hasil <i>Outer Loadings</i> (Tahap 2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil <i>Cronbach's Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , dan <i>AVE</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil <i>Discriminant Validity</i> dengan <i>Metode Fornell-Lacker Criterion</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil <i>Discriminant Validity</i> dengan <i>Metode Cross Loading</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil <i>Discriminant Validity</i> dengan <i>Metode Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Kepercayaan Mitra	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Deskripsi Variabel Kepuasan Mitra	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Deskripsi Variabel <i>Perceived Value</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Hasil Analisis <i>R Square</i> (R^2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 13 Hasil Analisis <i>Q Square</i> (Q^2)	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 14 Hasil <i>Structural Model Assessment</i>	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 15 Hasil Analisis Kepuasan Mitra sebagai Variabel Mediasi.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri pelabuhan secara global memainkan peran vital dalam mendukung sistem perdagangan internasional, di mana sekitar 80–90% volume perdagangan dunia diangkut melalui jalur laut (Undtac, 2022). Pelabuhan berfungsi sebagai gerbang utama bagi pergerakan barang lintas daerah, pulau, negara dan sebagai simpul penting dalam rantai pasok global. Pelabuhan bukan hanya sebagai fasilitas bongkar muat, tetapi telah berkembang menjadi pusat logistik terpadu yang mendukung efisiensi distribusi, mempercepat arus barang, serta mendukung daya saing ekonomi nasional maupun regional. Modernisasi pelabuhan, digitalisasi sistem, serta peningkatan konektivitas darat-laut menjadi kunci dalam meningkatkan efisiensi logistik dan menekan biaya perdagangan.

Pelabuhan memainkan peran strategis sebagai pusat logistik dan perdagangan global yang mendukung pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan arus ekspor-impor, pengembangan industri dan pemerataan pertumbuhan wilayah. Pelabuhan berperan penting tidak hanya dalam mendukung perdagangan internasional tetapi juga dalam menggerakkan pembangunan wilayah perindustrian di sekitarnya. Keberadaan pelabuhan yang modern dan terintegrasi turut mendorong peningkatan daya saing ekonomi nasional serta ketahanan ekonomi melalui penyediaan infrastruktur yang mendukung investasi dan inovasi di sektor logistik.

PT Pelabuhan Indonesia (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diatur dalam Undang-undang Nomor 1 Tahun 2025 tentang BUMN

yang melayani jasa kepelabuhanan terbesar di Indonesia. Sebagai Badan Usaha Milik Negara (BUMN), perusahaan ini bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengembangan pelabuhan, yang merupakan titik vital dalam rantai pasokan dan distribusi barang. Dengan diberlakukannya UU No. 17 Tahun 2008 tentang Pelayaran dan UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, persaingan dalam industri kepelabuhanan semakin ketat. Hal ini mendorong PT Pelabuhan Indonesia (Persero) untuk terus beradaptasi dan berinovasi dalam meningkatkan layanan yang diberikan kepada pelanggan. Meningkatnya kompetisi ini menuntut perusahaan tidak hanya untuk memperbaiki aspek kualitas layanan operasional tetapi juga untuk fokus pada kepuasan pelanggan yang membangun kepercayaan dan loyalitas para pengguna. Loyalitas ini terbentuk ketika pelanggan merasa layanan yang mereka terima memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka.

Pelabuhan Teluk Bayur merupakan pelabuhan utama sekaligus satu-satunya pelabuhan samudera di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki peran strategis dalam kegiatan ekspor-impor dan distribusi logistik regional. Sebagai salah satu bagian cabang pelabuhan PT Pelabuhan Indonesia (Persero). Berlokasi di Jalan Semarang No. 3, Teluk Bayur, Kecamatan Padang Selatan, Kota Padang, Sumatera Barat, memiliki luas lahan sekitar 79,3 hektar dan memiliki 125 mitra aktif yang mampu memberikan keuntungan strategis jangka panjang bagi perusahaan. Pelabuhan Teluk Bayur memiliki posisi strategis yang melayani arus barang ekspor-impor, khususnya komoditas unggulan seperti semen, batubara, minyak sawit (CPO), dan hasil pertanian lainnya dari wilayah Sumatera Barat dan sekitarnya. Peran Pelabuhan Teluk Bayur sejalan dengan strategi nasional dalam

mendukung pertumbuhan ekonomi kawasan melalui optimalisasi pelabuhan sebagai motor penggerak distribusi dan ekspor.

Untuk menjaga fungsi strategisnya, Pelabuhan Teluk Bayur dituntut memberikan layanan operasional yang efektif, efisien, dan andal meliputi pelayanan bongkar muat, terminal petikemas, terminal curah cair, terminal multipurpose, serta fasilitas pendukung lainnya. Dalam mendukung tujuannya, maka sangat bergantung pada kepercayaan mitra, artinya untuk dapat mencapai atau mewujudkan tujuan perusahaan bergantung pada mitranya.

Kepercayaan mitra merupakan elemen kunci dalam menjalin hubungan bisnis yang berkelanjutan, terutama dalam konteks kerja sama antara perusahaan dan mitra operasional seperti penyedia jasa, agen logistik, maupun operator pelabuhan. Morgan dan Hunt (1994) menjelaskan bahwa kepercayaan adalah keyakinan bahwa mitra bisnis akan bertindak dengan kejujuran, integritas, dan dapat diandalkan, serta tidak akan mengambil tindakan yang merugikan pihak lain. Kepercayaan membuat pihak-pihak dalam hubungan merasa aman untuk bekerja sama, berbagi informasi, dan membangun hubungan yang saling menguntungkan. Selanjutnya, Doney dan Cannon (1997) menjelaskan bahwa kepercayaan (*trust*) terbentuk melalui proses evaluasi terhadap keandalan dan niat baik dari mitra bisnis atau kepercayaan sebagai keyakinan bahwa mitra bisnis memiliki kemampuan (*competence*), kejujuran (*honesty*), dan niat untuk bertindak sesuai dengan kepentingan bersama (*benevolence*).

Selanjutnya Moorman et al. (1992) mendefinisikan kepercayaan sebagai kemauan satu pihak untuk bergantung pada pihak lain yang dianggap memiliki integritas, keandalan, dan kompetensi. Kepercayaan terbentuk melalui interaksi

yang berulang, komunikasi yang terbuka, serta persepsi positif terhadap niat baik dan kemampuan mitra. Tingkat kepercayaan yang tinggi meningkatkan efektivitas kolaborasi, memperlancar komunikasi, dan memperkuat komitmen hubungan jangka panjang. Dengan demikian, kepercayaan menjadi elemen kunci dalam keberhasilan hubungan bisnis antar organisasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan mitra dan membentuk dasar hubungan bisnis yang berkelanjutan antara lain :

1. Integritas (*Integrity*)

Morgan dan Hunt (1994) serta Doney dan Cannon (1997) menegaskan bahwa integritas menjadi elemen moral yang menumbuhkan keyakinan bahwa mitra tidak akan berperilaku oportunistik.

2. Kompetensi (*Competence*)

Doney dan Cannon (1997) menjelaskan bahwa kompetensi merupakan dimensi kognitif kepercayaan, karena menilai sejauh mana mitra mampu memenuhi kewajibannya

3. Transparansi dan Kejujuran (*Honesty*)

Moorman et al. (1992) menjelaskan bahwa kejujuran menjadi prasyarat utama bagi terbentuknya hubungan bisnis yang berorientasi pada kepercayaan dan komitmen jangka panjang.

4. Kredibilitas (*Credibility*)

Zaheer et al. (1998) menegaskan bahwa kredibilitas terbentuk melalui pengalaman jangka panjang dan keberhasilan mitra dalam menunjukkan kinerja yang konsisten.

5. Niat Baik (*Benevolence*)

Doney dan Cannon (1997) serta Mayer et al. (1995) menjelaskan bahwa niat baik merupakan dimensi afektif kepercayaan yang menumbuhkan hubungan emosional positif antar mitra.

Untuk mengetahui fenomena kepercayaan mitra, maka dilakukan juga survey awal kepada 30 mitra aktif PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur, dimana hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. 1 Survey Awal Kepercayaan Mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur Tahun 2025

No	KEPERCAYAAN MITRA (Y) Pernyataan	Jawaban					Total Skor	Rata- Rata	TCR
		1	2	3	4	5			
	<i>Integrity (Integritas)</i>								
1	Cabang Teluk Bayur menjalankan kegiatan operasional secara jujur dan transparan.		1	6	16	7	119	3,97	79,33
2	Cabang Teluk Bayur mengikuti regulasi dan norma bisnis dalam setiap transaksi		1	7	9	13	124	4,13	82,67
3	Saya yakin bahwa Pelabuhan Cabang Teluk Bayur akan bersikap adil kepada semua pengguna jasa		1	5	13	11	124	4,13	82,67
4	Cabang Teluk Bayur menunjukkan keselarasan antara pernyataan dan tindakan dalam pelayanannya di dunia bisnis		2	10	10	8	114	3,80	76,00
	<i>Rata-rata TCR Integrity</i>								80,17
	<i>Competence (Kompetensi)</i>								
5	Cabang Teluk Bayur memiliki kapasitas teknis yang sangat baik dalam melaksanakan kegiatan operasional		1	7	13	9	120	4,00	80,00
6	Manajemen Cabang Teluk Bayur memiliki kompetensi yang dibutuhkan dalam mengatur arus logistic	2	1	12	10	5	105	3,50	70,00
7	Cabang Teluk Bayur menyediakan layanan yang stabil dan dapat dipercaya		1	4	16	9	123	4,10	82,00
8	Saya yakin pelabuhan dapat mengatasi keadaan darurat sesuai dengan keahlian		1	5	11	13	126	4,20	84,00
	<i>Rata-rata TCR Competence</i>								79,00

No	KEPERCAYAAN MITRA (Y)	Jawaban					Total	Rata-	TCR
	Honesty (Transparansi dan Kejujuran)								
9	Pelabuhan Cabang Teluk Bayur memberikan informasi yang benar dan jujur kepada mitra bisnisnya.	1	2	11	14	2	104	3,47	69,33
10	Cabang Teluk Bayur bersikap jujur dalam setiap perjanjian dan transaksi bisnis		2	12	11	5	109	3,63	72,67
11	Tidak ada informasi penting yang disamarkan oleh pelabuhan dalam proses pelayanan atau kerja sama	2		2	18	8	120	4,00	80,00
12	Saya Percaya bahwa Cabang Teluk Bayur transparan dalam menyampaikan kendala atau perubahan operasional	1	4	8	10	7	108	3,60	72,00
	Rata-rata TCR Honesty								73,50
	Credibility (Kredibilitas)								
13	Cabang Teluk Bayur memiliki kompetensi yang tinggi dalam bidang usahanya		1	11	11	7	114	3,80	76,00
14	Cabang Teluk Bayur memahami kebutuhan dan harapan saya dengan baik	1		11	9	9	115	3,83	76,67
15	Saya percaya bahwa Cabang Teluk Bayur memberikan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.	1		9	18	2	110	3,67	73,33
	Rata-rata TCR Credibility								75,33
	Benevolence (Niat Baik)								
16	Cabang Teluk Bayur benar-benar peduli terhadap keberhasilan usaha saya		5	16	3	6	100	3,33	66,67
17	Cabang Teluk Bayur tidak akan menyalahgunakan informasi yang saya berikan		5	14	7	4	100	3,33	66,67
18	Cabang Teluk Bayur menunjukkan perhatian terhadap kebutuhan saya di luar transaksi semata		2	2	15	11	125	4,17	83,33
	Rata-rata TCR Benevolence								72,22
Rata - Rata dan TCR								3,81	76,30

Sumber : Survey awal, 2025

Tabel 1.1 merupakan hasil dari survey awal yang menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan mitra memiliki nilai rata-rata sebesar 3.81 dan TCR sebesar 76,30%. Hal ini berarti tingkat kepercayaan mitra kepada PT Pelabuhan Indonesia

(Persero) Regional 2 Teluk Bayur dikategorikan sedang (Arikunto, 2006). Artinya, mitra secara umum telah memiliki keyakinan yang cukup terhadap integritas, kompetensi, kredibilitas, transparansi, dan niat baik pelabuhan, namun kepercayaan tersebut belum terbentuk secara optimal dan konsisten. Dimensi *integrity* memperoleh nilai TCR tertinggi sebesar 80,17%, artinya bahwa mitra menilai pelabuhan telah menjalankan operasional secara jujur, adil, dan sesuai regulasi. Demikian pula dimensi *competence* dengan TCR 79,00% mengindikasikan bahwa kapasitas teknis dan kemampuan operasional pelabuhan dinilai cukup baik, terutama dalam menjaga stabilitas layanan dan penanganan kondisi darurat. Temuan ini menunjukkan bahwa fondasi kepercayaan berbasis kemampuan dan kepatuhan telah terbentuk dengan baik.

Namun terdapat beberapa indikator masih memiliki nilai relatif rendah, terutama pada dimensi *honesty* (TCR 73,50%) dan *benevolence* (TCR 72,22%). Indikator dengan nilai terendah terdapat pada persepsi kepedulian pelabuhan terhadap keberhasilan usaha mitra (TCR 66,67%) dan keyakinan bahwa pelabuhan tidak akan menyalahgunakan informasi mitra (TCR 66,67%). Selain itu, transparansi informasi yang benar dan jujur kepada mitra juga memperoleh nilai relatif rendah (TCR 69,33%). Hasil ini mengindikasikan bahwa pelabuhan dinilai kompeten secara teknis, tetapi mitra belum sepenuhnya merasakan adanya orientasi kemitraan jangka panjang, keterbukaan informasi, serta jaminan keamanan data bisnis. Dengan demikian hubungan yang terbangun cenderung bersifat transaksional dan berbasis kinerja, belum berkembang menjadi hubungan relasional yang ditandai dengan kepedulian dan kepercayaan emosional.

Penelitian Hantoro et al., (2025) memposisikan kualitas layanan, citra perusahaan, kepercayaan, kepuasan, dan pengalaman pelanggan sebagai determinan loyalitas, sehingga kepuasan dan kepercayaan belum dikaji sebagai mekanisme mediasi pembentukan kepercayaan serta belum mengintegrasikan *perceived value* dalam konteks B2B pelabuhan. Padahal, ketika kualitas layanan dan nilai yang dirasakan belum optimal, kepercayaan mitra cenderung bersifat kalkulatif, membatasi keterbukaan informasi, kolaborasi, dan komitmen jangka panjang. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan tidak hanya ditentukan oleh aspek teknis layanan, tetapi juga oleh persepsi nilai dan kepuasan relasional. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan menempatkan kepercayaan mitra sebagai variabel dependen, kepuasan sebagai mediasi antara kualitas pelayanan dan *perceived value*, serta menguji konteks kemitraan pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur.

Salah satu variabel yang dapat mempengaruhi kepercayaan mitra adalah kepuasan mitra. Kotler et al., (2022) menjelaskan kepuasan mitra (*partner satisfaction*) merupakan tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang (atau organisasi mitra) yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) terhadap harapan mereka (*expectations*). Jika kinerja yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka mitra akan merasa puas. sebaliknya, jika kinerja tidak memenuhi harapan, maka timbul ketidakpuasan. Selanjutnya Kotler et al., (2022) menekankan bahwa dalam konteks hubungan bisnis atau kemitraan (*B2B relationship*), kepuasan mitra tidak hanya berkaitan dengan hasil transaksi, tetapi juga dengan kualitas hubungan jangka panjang, termasuk dimensi kepercayaan (*trust*), komunikasi (*communication*), dan komitmen (*commitment*)

antara perusahaan dan mitranya. Kepuasan mitra merupakan hasil evaluasi keseluruhan atas pengalaman dan interaksi bisnis dan dasar terbentuknya loyalitas mitra, keberlanjutan kerja sama, dan niat sebagai indikator untuk terus menjalin hubungan bisnis di masa depan.

Keterkaitan kepuasan mitra terhadap kepercayaan mitra adalah semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mitra maka semakin tinggi tingkat kepercayaan mitra atau sebaliknya, semakin rendah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mitra maka dapat menurunkan tingkat kepercayaan mitra. Hal ini dibuktikan secara empiris dari penelitian Mulyati dan Rahmat Jaya (2025) menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yang krusial dalam hubungan antara kualitas layanan dan *perceived value* terhadap kepercayaan pelanggan, khususnya pada sektor jasa. Temuan ini sejalan dengan bukti empiris Nguyen dan Vo (2024) pada industri logistik yang menegaskan bahwa peningkatan kualitas layanan, yang didukung oleh sistem operasional dan teknologi informasi, mampu meningkatkan kinerja yang dirasakan melalui kepuasan pelanggan. Dalam konteks jasa pelabuhan dan logistik di Indonesia yang ditandai oleh kompleksitas layanan dan ketergantungan tinggi pada keandalan operasional, kepuasan pelanggan menjadi mekanisme utama dalam menerjemahkan kualitas layanan menjadi kepercayaan jangka panjang. Hal ini konsisten dengan temuan Kamil et al., (2025) yang menegaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan kepuasan berperan penting dalam membangun hubungan relasional yang berkelanjutan antara pengelola pelabuhan dan pengguna jasa.

Selanjutnya variabel yang ikut mempengaruhi kepercayaan mitra yaitu kualitas pelayanan. Parasuraman et al., (1988) menjelaskan kualitas pelayanan diukur berdasarkan selisih antara harapan pelanggan dan kinerja layanan yang dirasakan. Jika kinerja melebihi harapan, maka pelayanan dianggap berkualitas tinggi. Parasuraman et al., (1988) mengembangkan model *servqual*, yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur melalui lima dimensi utama, yaitu *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kepedulian). Model ini menekankan bahwa kualitas layanan bersifat subjektif karena bergantung pada persepsi pelanggan terhadap performa perusahaan dibandingkan ekspektasi mereka.

Kotler et al., (2022) menjelaskan kualitas pelayanan merupakan dimensi strategis dalam manajemen pemasaran yang mencerminkan kemampuan organisasi untuk secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan melalui pengelolaan proses layanan, pengalaman pelanggan, dan kinerja sumber daya manusia. Selanjutnya Wirtz dan Lovelock (2021) memandang kualitas layanan sebagai inti dari manajemen layanan (*service management*) yang melibatkan integrasi antara orang (*people*), teknologi (*technology*), dan strategi (*strategy*) dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang unggul.

Keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan mitra adalah semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mitra maka kondisi tersebut akan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mitra dan sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan yang dirasakan oleh mitra maka kondisi tersebut akan dapat menurunkan tingkat kepercayaan mitra. Hal ini di buktikan secara empiris, kualitas pelayanan diukur melalui model *servqual* terbukti berperan strategis dalam

membangun kepercayaan antar mitra pada layanan logistik. dalam penelitian Ni Wayan et al., (2025) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan, sementara Ginting et al., (2023) dan Noor (2024) menegaskan bahwa keandalan dan daya tanggap layanan logistik memperkuat kepercayaan dalam hubungan kemitraan B2B. Selanjutnya dalam penelitian Liao et al., (2024) dan Asim dan Siddiqui (2025) membuktikan bahwa dimensi *servqual* secara konsisten meningkatkan kepercayaan mitra, baik secara langsung maupun melalui kepuasan sebagai mekanisme penguat.

Selanjutnya variabel yang ikut mempengaruhi kepercayaan mitra yaitu *perceived value*. Zeithaml (1988) menjelaskan *perceived value* adalah penilaian menyeluruh pelanggan atau mitra terhadap utilitas suatu produk atau jasa berdasarkan persepsi atas apa yang diterima (*benefit*) dan apa yang diberikan (*cost*). Konsep ini menekankan bahwa nilai tidak hanya berasal dari harga, tetapi juga dari kualitas, kinerja, dan manfaat emosional yang dirasakan dalam hubungan bisnis. Dalam hubungan kemitraan (*B2B partnership*), *perceived value* menggambarkan sejauh mana mitra merasa memperoleh manfaat yang lebih besar daripada pengorbanan yang dikeluarkan, baik secara finansial, waktu, maupun risiko. Nilai yang dirasakan ini menjadi dasar bagi terbentuknya kepercayaan, karena ketika mitra menilai bahwa hubungan memberikan nilai tinggi, mereka cenderung percaya bahwa pihak lain memiliki komitmen dan itikad baik (Morgan & Hunt, 1994), dan (Sirdeshmukh et al., 2002).

Keterkaitan *perceived value* terhadap kepercayaan mitra adalah semakin tinggi *perceived value* yang dirasakan oleh mitra maka kondisi tersebut akan dapat meningkatkan tingkat kepercayaan mitra dan sebaliknya, semakin rendah *perceived*

value yang dirasakan oleh mitra maka kondisi tersebut akan dapat menurunkan tingkat kepercayaan mitra. Ikramuddin (2021) menunjukkan bahwa *perceived value* berperan penting dalam membentuk loyalitas melalui mekanisme mediasi kepuasan dan kepercayaan, di mana nilai yang dirasakan secara positif meningkatkan kepuasan dan selanjutnya memperkuat kepercayaan terhadap merek. Temuan ini sejalan dengan Monfort et al., (2025) yang menegaskan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan, khususnya dalam konteks merek berkelanjutan. Hasil kedua penelitian tersebut mengindikasikan bahwa kepuasan berfungsi sebagai mediator mempengaruhi nilai yang dirasakan terhadap kepercayaan dalam hubungan jangka panjang.

Meskipun variabel kualitas pelayanan, *perceived value* dan kepuasan mitra sebagai determinan atau penentu terhadap kepercayaan mitra, sehingga dengan demikian dapat dipahami bahwa kepercayaan mitra dipengaruhi oleh kepuasan mitra dan selanjutnya kepuasan mitra dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan *perceived value*. Dalam konteks ini, maka kepuasan berada diantara kualitas pelayanan, *perceived value* dan kepercayaan mitra dengan kata lain sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Perceived Value* terhadap Kepercayaan Mitra dengan Kepuasan Mitra sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
2. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap Kepercayaan Mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
4. Apakah *perceived value* berpengaruh terhadap kepuasan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
5. Apakah kepuasan mitra berpengaruh terhadap kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
6. Apakah kepuasan mitra memediasi antara kualitas pelayanan dan kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
7. Apakah kepuasan mitra memediasi antara *perceived value* dan kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?

1.3. Tujuan Penelitian

Bersadarkan latar belakang dan rumusan penelitian yang telah disampaikan sebelumnya, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis dan membuktikan adanya:

1. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
2. Membuktikan dan menganalisis *perceived value* terhadap kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
3. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
4. Membuktikan dan menganalisis pengaruh *perceived value* terhadap kepuasan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur
5. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan mitra terhadap kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
6. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan mitra sebagai mediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan mitra di PT Pelabuhan Indonesia (Persero) Regional 2 Teluk Bayur?
7. Membuktikan dan menganalisis pengaruh kepuasan mitra sebagai mediasi hubungan antara *perceived value* dan kepercayaan mitra di PT Pelabuhan

1.4. Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara Praktis sebagai berikut :

1. Secara Praktis

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh perusahaan jasa pelabuhan dalam merumuskan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan loyalitas mitra secara berkelanjutan, sehingga dapat membentuk dan memperkuat kepercayaan mitra terhadap perusahaan. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas, seperti kualitas pelayanan dan persepsi nilai, perusahaan dapat merancang program kemitraan yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Data dan analisis yang dihasilkan dari penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi manajemen pelabuhan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya terkait peningkatan efisiensi dan kualitas pelayanan. Loyalitas yang tinggi mendorong terjadinya kerja sama jangka panjang, peningkatan volume transaksi (*repeat business*), serta menurunkan potensi kehilangan mitra (*churn rate*), yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan profitabilitas perusahaan dalam jangka panjang.