

DIMENSI KUALITAS LAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA DENGAN TINGKAT KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Gumar Herudiansyah¹⁾
Email : gumarheru@gmail.com

Mister Candra²⁾
1), 2) Dosen Fak. Ekonomi dan Bisnis Univ. Muhammadiyah Palembang
Alamat: Jl. Achmad Yani 13 Ulu Palembang 30263
Email : cand_mhs@yahoo.com

Abstract: *This study aims to analyze and describe the direct influence and indirect influence of service quality dimensions on student loyalty through student satisfaction. This study uses primary data collected through questionnaires with a total of 350 students. Analysis of the data used is Path Analysis. Based on the results of the analysis it was found that tangible has a direct and indirect effect on student loyalty through student satisfaction. reliable variables, responsiveness, and empathy have a direct but not significant effect on loyalty. These three variables have a significant effect on student satisfaction. Meanwhile, assurances have an effect and are not significant towards student loyalty either directly or indirectly through student satisfaction. The results of this study can be used as information for Higher Education in making and implementing policies, so that students are more loyal to Higher Education as a place for respondents to study.*

Keywords: *Dimensions of service quality, satisfaction, and loyalty*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, kebutuhan masyarakat terhadap pendidikan tinggi semakin meningkat, sehingga menjadikan perguruan tinggi sebagai sektor strategis yang dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas dan mampu bersaing. Seiring dengan perkembangan tersebut, persaingan antar perguruan tinggi saat ini cukup kompetitif sehingga hal ini menuntut perguruan tinggi untuk meningkatkan mutu pendidikan agar mampu dan unggul dalam menghadapi persaingan.

Pada prinsipnya, perguruan tinggi merupakan organisasi publik yang seharusnya melakukan berbagai antisipasi agar dapat menghadapi persaingan yang

semakin kompetitif serta bertanggung jawab untuk meningkatkan segala aspek pelayanan yang dimiliki, baik pelayanan administrasi maupun pelayanan dalam proses pembelajaran.

Loyalitas pelanggan pada perguruan tinggi sangat berhubungan dengan loyalitas mahasiswa. Demi keberlangsungan hidup sebuah perguruan tinggi, loyalitas mahasiswa sangat diharapkan. Salah satu aset yang dimiliki oleh perguruan tinggi adalah loyalitas mahasiswanya. Melalui loyalitas tersebut, mahasiswa akan memberikan rekomendasi yang positif dan mendorong teman, saudara, maupun masyarakat lain untuk masuk pada perguruan tinggi yang dimaksud. Selain itu, dimungkinkan juga untuk kembali menjadi pelanggan dengan

melanjutkan studi ke Perguruan Tinggi yang telah ditempuh.

Mahasiswa yang merasa harapannya sesuai dengan kenyataan akan merasa puas dan memiliki persepsi yang positif terhadap jasa yang diberikan Perguruan Tinggi tersebut. Dengan membandingkan harapan dengan kenyataan, akan memberikan efek terhadap loyalitas mahasiswa sehingga timbul rasa ingin melanjutkan kejenjang selanjutnya ataupun memberikan rekomendasi kepada masyarakat secara umum.

Universitas Muhammadiyah Palembang (UM Palembang) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terbesar di Sumatera Selatan memiliki tugas dan tanggung jawab dalam meningkatkan pengetahuan sumber daya manusia yang unggul serta menjunjung tinggi nilai-nilai islami. Dalam menghadapi berbagai tantangan dan persaingan antar Perguruan Tinggi, maka UM Palembang harus

mampu menciptakan mahasiswa-mahasiswa yang loyal pada Perguruan Tinggi. Mahasiswa merupakan pelanggan utama yang langsung berpengaruh terhadap proses pendidikan di Perguruan Tinggi. Oleh karena itu, Perguruan Tinggi semestinya memahami serta memenuhi kebutuhan mahasiswanya selaku pelanggannya tersebut. Namun, berdasarkan hasil pengamatan peneliti, salah satu kelemahan yang dihadapi oleh UM Palembang saat ini yaitu sarana laboratorium masih belum mencukupi, proses belajar mengajar belum efektif, serta staf pengajar belum banyak melakukan penelitian. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat mempengaruhi loyalitas mahasiswa, yang diakibatkan oleh ketidakpuasan mahasiswa terhadap layanan jasa UM Palembang. Saat ini jumlah mahasiswa UM Palembang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Jumlah mahasiswa UM Palembang

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1	Pasca Sarjana	478
2	Fakultas Ekonomi dan Bisnis	2.723
3	Ilmu Hukum	1.192
4	Fakultas Teknik	2.109
5	Fakultas KIP	1.223
6	Fakultas Pertanian	740
7	Fakultas Agama Islam	614
8	Fakultas Kedokteran	297
Jumlah		9.376

Sumber: <http://forlap.dikti.go.id/perguruantinggi>

Menurut Maartensen et al (dalam Alves dan Raposo, 2007) loyalitas dapat diukur melalui: a). Niat untuk menggunakan pendidikan berkelanjutan, konferensi, dan lain-lain di lembaga pendidikan tinggi di masa depan. b). Niat untuk merekomendasikan program studi di lembaga pendidikan tinggi. c). Memilih lembaga pendidikan tinggi jika mahasiswa harus memilih hari ini. d). Memilih program studi jika mahasiswa harus memilih hari ini.

Pendapat tersebut sejalan dengan Mendez, Vasquez-Parraga, Kara, dan Cerda-Urrutia, (2009) yang menyatakan bahwa loyalitas mahasiswa adalah semaca keunggulan kompetitif strategis karena: a). Mencari mahasiswa baru pasti lebih mahal daripada mempertahankan yang sudah ada. b). Diasumsikan bahwa loyalitas mahasiswa dapat membuahkan hasil setelah kelulusan sebagai alumni terus mendukung lembaga akademik, tidak hanya dari mulut kemulut tetapi juga melalui kontribusi keuangan kepada

institusi dan melalui tawaran pekerjaan kepada lulusan baru.

METODE PENELITIAN

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Palembang. Data yang digunakan yaitu data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Sebelum kuesioner tersebut di sebar, terlebih dahulu dilakukan pengujian yakni uji validitas dan reliabilitas.

Variabel yang digunakan yaitu variabel eksogen: variabel kualitas jasa/pelayanan (X) adalah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh, yang terdiri dari: a) *tangible*; b) *reliable*; c) *responseveness*; d) *assurances*; dan e) *empathy*. Variabel endogen yang terdiri dari: a) Loyalitas mahasiswa adalah manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan mahasiswa dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak universitas; dan b) Kepuasan mahasiswa adalah tingkat perasaan seorang mahasiswa setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Teknik analisis data menggunakan *Path Analysis*. Di mana *Path Analisis* merupakan suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda

jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung, tetapi juga secara tidak langsung (Sarwono dalam Supardi, 2016).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Hasil pengujian validitas diperoleh data bahwa dari 34 item pernyataan yang diujikan terdapat 2 item pernyataan yang tidak valid karena nilai R hitung lebih kecil daripada R tabel (0,361). Kedua pernyataan tersebut yaitu pernyataan pada variabel *Assurances* dan pernyataan pada variabel *Empathy*. Pernyataan yang tidak valid tidak dapat digunakan sebagai instrumen sehingga dihapus dari kuesioner.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai alpha cronbach lebih besar bila dibandingkan dengan nilai pembandingnya yaitu 0,600. Hal ini mengidentifikasikan bahwa angket yang diujicobakan termasuk dalam kategori reliabel dan dapat dilanjutkan sebagai instrumen pengumpul data.

Hasil Penelitian

Model *Path Analysis* Substruktural

Pertama (*Direct Effect*)

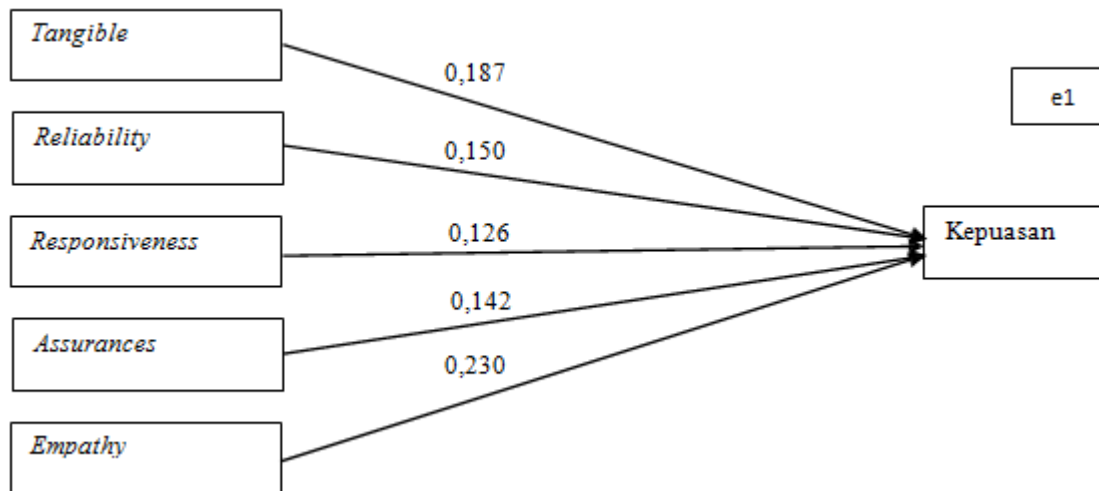
Hasil analisis jalur substruktural pertama dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 2 *Coefficients*^a hasil analisis jalur substruktural pertama

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.978	.172		5.691	.000
<i>Tangible</i>	.180	.063	.187	2.879	.004
<i>Reliable</i>	.134	.050	.150	2.683	.008
<i>Responsiveness</i>	.116	.049	.126	2.363	.019
<i>Assurances</i>	.121	.067	.142	1.804	.072*
<i>Empathy</i>	.193	.063	.230	3.051	.002

Sumber: data diolah 2019 *) *assurances* signifikan pada taraf 10%

Tabel 2 diatas, dapat digambarkan paradigma *path analysis* substruktural pertama



Gambar 4.1 Paradigma *Path Analysis* Substruktural Pertama

Berdasarkan Berdasarkan hasil analisis di atas, maka uraikan sebagai berikut:

a. Paradigma *Path Analysis* subktural pertama Paradigma di atas menunjukkan besarnya pengaruh langsung variabel variabel *tangible*, *reliable*, *responsiviness*, *assurance*, dan *empathy* terhadap kepuasan mahasiswa. Jika dilihat dari nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel dan nilai signifikansi dibandingkan dengan nilai alpha ($5\% = 0,05$) maka hanya variabel *tangible*, *reliable*, *responseveness* dan *empathy* yang signifikan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Sementara variabel *assurances* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

b. Model Persamaan

Selain itu, dapat juga disusun model persamaan *path analysis* substruktural pertama seperti di bawah ini.

Model di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai parameter variabel *tangible* sebesar 0,187. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator variabel *tangible* di tingkatkan maka secara signifikan akan meningkatkan kepuasan

mahasiswa.

2. Nilai parameter variabel *reliable* sebesar 0,150. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *reliable* ditingkatkan maka secara signifikan akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

3. Nilai parameter variabel *responsiviness* sebesar 0,126. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *responsiviness* ditingkatkan maka secara signifikan akan meningkatkan kepuasans mahasiswa.

4. Nilai parameter variabel *assurance* sebesar 0,142. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *assurance* ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Akan tetapi, peningkatan tersebut tidak signifikan.

5. Nilai parameter variabel *empathy* sebesar 0,230. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *empathy* ditingkatkan makasacara signifikan akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Model Path Analysis Substruktural Kedua (Direct Effect)

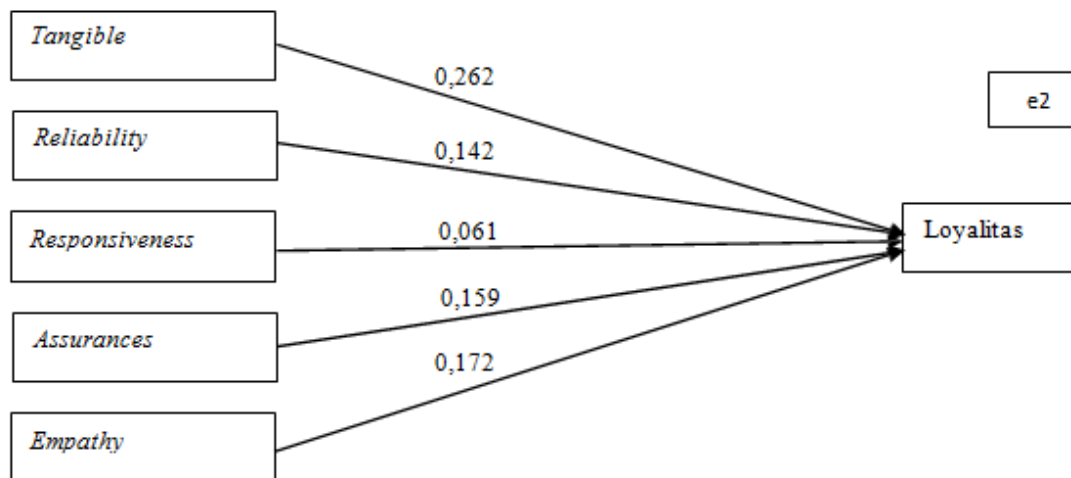
Hasil pengujian *path analysis* pada substruktural kedua dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 3 *Coefficients* hasil analisis jalur substruktural kedua

variabel	Koefisien Regresi		Sig.
	Beta	t-hitung	
(Constant)		7.483	.000
Tangible	.262	3.042	.003
Reliable	.142	1.916	.056
Responsiveness	.061	.873	.383
Assurances	.159	1.533	.126
Empathy	.120	1.189	.235
Kepuasan	.172	2.430	.016

Sumber: data diolah, 2019

Tabel 3 di atas, dapat digambarkan paradigma *path analysis* substruktural pertama



Gambar 2 Paradigma Path Analysis Substruktural Kedua

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka uraikan sebagai berikut:

a. Paradigma *Path Analysis* substruktural pertama terhadap loyalitas mahasiswa. Jika dilihat dari nilai t hitung dibandingkan dengan nilai t tabel, pada taraf 5% hanya variabel

tangible dan kepuasan mahasiswa yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Sementara variabel *reliable*, *responseveness*, *assurances*, dan *empathy* berpengaruh dan tidak signifikan.

b. Model Persamaan

Selain itu, dapat juga disusun model persamaan *path analysis* substruktural pertama seperti di bawah ini.

Model di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai parameter variabel *tangible* sebesar 0,262. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator variabel *tangible* di tingkatkan maka secara signifikan akan meningkatkan loyalitas mahasiswa
2. Nilai parameter variabel *reliable* sebesar 0,142. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *reliable* ditingkatkan maka akan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Namun, peningkatan tersebut tidak signifikan.
3. Nilai parameter variabel *responsiveness* sebesar 0,061. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *responsiveness* ditingkatkan maka secara tidak signifikan akan

meningkatkan kepuasan mahasiswa.

4. Nilai parameter variabel *assurance* sebesar 0,159. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *assurance* ditingkatkan maka secara tidak signifikan akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.
5. Nilai parameter variabel *empathy* sebesar 0,120. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator *empathy* ditingkatkan maka secara tidak signifikan akan meningkatkan kepuasan mahasiswa.
6. Nilai parameter variabel loyalitas mahasiswa sebesar 0,172. Hal ini memberikan pengertian bahwa apabila indikator-indikator kepuasan mahasiswa ditingkatkan maka secara signifikan akan meningkatkan loyalitas mahasiswa.

Model *Path Analysis* Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*) dan Pengaruh Total (*Total Effect*)

Dari paradigma di atas, maka pengaruh tidak langsungnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

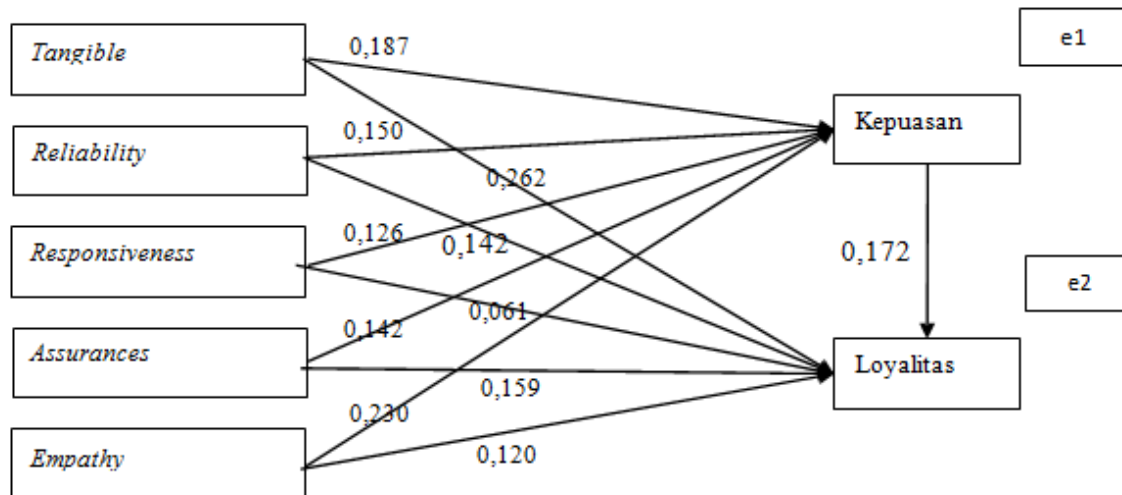
Tabel 6 *direct effect, Indirect Effect, dan Total Effect*

Variabel	<i>Direct Effect</i>	<i>Indirect Effect</i>	<i>Total Effect</i>
$X_1 \rightarrow Y_1$	0,187	-	0,187
$X_2 \rightarrow Y_1$	0,150	-	0,150
$X_3 \rightarrow Y_1$	0,126	-	0,126
$X_4 \rightarrow Y_1$	0,142	-	0,142
$X_5 \rightarrow Y_1$	0,230	-	0,230
$X_1 \rightarrow Y_2$	0,262	$0,187 \times 0,172 = 0,032$	0,294
$X_2 \rightarrow Y_2$	0,142	$0,150 \times 0,172 = 0,024$	0,166
$X_3 \rightarrow Y_2$	0,061	$0,126 \times 0,172 = 0,022$	0,083
$X_4 \rightarrow Y_2$	0,159	$0,142 \times 0,172 = 0,024$	0,183
$X_5 \rightarrow Y_2$	0,120	$0,230 \times 0,172 = 0,040$	0,160
$Y_1 \rightarrow Y_2$	0,172	-	0,172

Sumber: data diolah, 2018

Tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh tidak langsung variabel *tangible* yaitu sebesar 0,032; variabel *reliable* sebesar 0,024; variabel *responsiveness* sebesar 0,022, variabel *assurance* sebesar 0,024, dan variabel *empathy* yaitu sebesar 0,40. Jika dilihat dari *total effect*, pengaruh kepuasan sebagai variabel mediasi signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh tidak langsung

antara variabel kualitas layanan dimensi *tangible* terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel kepuasan mahasiswa. Sementara dan *reliable*, *responsiveness*, *assurances*, dan *empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel kepuasan mahasiswa. Untuk melihat struktural utuh, dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 3 Paradigma *Path Analysis* Struktural Utuh

Pembahasan

Pengujian *Path Analysis* di atas menemukan bahwa:

Secara langsung, variabel *tangible*, *reliable*, *responsiveness*, dan *empathy* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Sementara variabel *assurances* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Hasil analisis tersebut memberikan pengertian bahwa penampilan dan fisik kampus, tingkat kepercayaan, respon kampus, serta empati sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya apabila Universitas Muhammadiyah Palembang ingin meningkatkan kepuasan mahasiswa, maka keempat variabel tersebut harus ditingkatkan. Sementara, *assurances* berpengaruh namun tidak terlalu berefek terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya walaupun variabel tersebut dimaksimalkan, kepuasan mahasiswa tidak terlalu meningkat.

Secara langsung variabel *tangible* dan variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

Hasil analisis tersebut memberikan pengertian bahwa untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang maka variabel *tangible* dan kepuasan mahasiswa harus terus ditingkatkan. Sementara variabel *reliable*, *responseveness*, *assurances*, dan *empathy* berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Secara tidak langsung, variabel *tangible* berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa melalui variabel loyalitas mahasiswa. Hal ini artinya, apabila Universitas Muhammadiyah Palembang ingin meningkatkan kepuasan mahasiswa maka *tangible* harus dimaksimalkan dan akan lebih baik apabila kepuasan mahasiswa juga ditingkatkan. *reliable*, *responsiveness*, *assurances*, dan *empathy* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa melalui variabel kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti, untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa maka *reliable*, *responsiveness*, dan *empathy* harus ditingkatkan agar kepuasan mahasiswa meningkat sehingga dengan demikian secara tidak langsung maka loyalitas mahasiswa juga akan meningkat.

Sementara, *assurances* tidak signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan mahasiswa. Artinya dengan meningkatkan *assurances* maka kepuasan dan loyalitas mahasiswa tidak terlalu berefek.

SARAN

Penelitian ini membuktikan bahwa *Tangible*, *reliable*, *responseveness*, dan *empathy* berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga disarankan kepada pihak Universitas untuk meningkatkan fasilitas fisik kampus dan penampilan karyawan dan dosen, meningkatkan kepercayaan mahasiswa terhadap layanan institusi, respon institusi yang tepat dan cepat terhadap permasalahan mahasiswa, serta *empathy* institusi kepada mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan keamanan dan kenyamanan mahasiswa dalam menggunakan fasilitas kampus, meningkatkan standar pelayanan bagi mahasiswa, meningkatkan kemampuan karyawan dan dosen dalam pelayanan administrasi dan akademik, memberikan informasi yang jelas, tepat, dan cepat, serta memecahkan permasalahan yang dihadapi mahasiswa baik masalah akademik maupun masalah non akademik.

Tangible dan kepuasan mahasiswa berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas mahasiswa, sehingga disarankan kepada Universitas Muhammadiyah Palembang agar berupaya memelihara dan meningkatkan kualitas layanan tersebut serta memberikan efek puas kepada mahasiswa. Hal ini dapat dilakukan dengan berupaya semaksimal mungkin untuk memfasilitasi mahasiswa baik bidang akademik maupun bidang administrasi, melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan mahasiswa, memberikan informasi jelas dan akurat, menjaga kebersihan dan keamanan kampus, dan lain sebagainya.

Tangible berpengaruh secara tidak

langsung terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, sehingga disarankan kepada Universitas Muhammadiyah Palembang agar dapat meningkatkan kualitas layanan sehingga mahasiswa semakin puas kepada kampus yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa.

Bagi peneliti lanjutan, oleh karena keterbatasan peneliti dalam mengambil sampel dan tempat penelitian maka untuk peneliti lanjutan dapat melakukan penelitian dengan cakupan hanya Universitas Muhammadiyah Palembang dan dengan sampel yang lebih besar. Serta untuk membuktikan apakah loyalitas mahasiswa adalah variabel mediasi, dapat digunakan metode *sobel test*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alves, Helena dan Raposo, Mario. 2007. The influence of university image in student's expectations satisfaction and loyalty. *Linking Research, Policy and Practice*
- Austin, Amoon Jawaid dan Pervaiz, Sara. 2017. The relation between student loyalty and student satisfaction (a case of college/intermediate student at Forman Christian College). *European Scientific Journal*
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Layanan Publik: konsep, dimensi, indikator, dan implementasinya*. Yogyakarta: Gava Media.
- Rijas-Mendez., Jose., Vasquez-Parraga., Arturo Z., Kara, Ali, dan Cerda-Urrutia, Arcadio. 2009. Determinan of student loyalty in Higher Education: a tested relationship approach in Latin America. *Latin American Business Review*, 10: 21-39
- Thomas, Sam. 2011. What drives students loyalty in universities: an emprical model from India. *Internationel Business Research*.

Volume 4, nomor 2 (183-192)
Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen
Kualitas Jasa: desain servqual,
QFD, dan Kano disertai contoh
aplikasi dalam kasus penelitian.*
Jakarta: Indeks
Zeithaml L, Valerie A; A Parasuraman;

Leonardo L. Berry, (1988),
“Servqual a Multiple – Item
Scale for Measuring Consumer
Perception of Service Quality”,
Journal and Retailing, Vol. 64,
Spring, p. 12 – 40.