

**Pengaruh Kualitas Layanan Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan dan Loyalitas
Mahasiswa FTSP UII dengan Menggunakan Instrumen *HEdPERF***

JURNAL



Ditulis oleh :

Nama : Nurindah Ovapriatri Pratami
Nomor Mahasiswa : 12311512
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2016

Pengaruh Kualitas Layanan Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa FTSP UII dengan Menggunakan Instrumen *HEDPERF*

Nurindah Ovapriatri Pratami

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

E-mail : ovanurindah@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa sebagai elemen terpenting pada instansi pendidikan perlu didengarkan apakah pelayanan yang selama ini diberikan sudah sesuai dengan harapannya. Evaluasi kualitas pelayanan itu perlu dilakukan untuk mengetahui apa yang sebenarnya diharapkan, apa yang selama ini dipersepsikan oleh mahasiswa atas kualitas pelayanan yang diterimanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *HEDPERF* terhadap variabel kepuasan serta loyalitas dari mahasiswa FTSP Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 230 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, yang dalam penelitian ini pertimbangannya adalah : mahasiswa aktif FTSP UII tahun angkatan 2012/2013 s/d 2015/2016. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) yang dioperasikan melalui program AMOS (*Analysist of Moment Structure*). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa : 1) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek non-akademik terhadap kepuasan mahasiswa; 2) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek akademik terhadap kepuasan mahasiswa; 3) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek reputasi terhadap kepuasan mahasiswa; 4) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek akses terhadap kepuasan mahasiswa; 5) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek program pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa; dan 6) ada pengaruh yang positif dan signifikan dari aspek kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan, Loyalitas, *HEDPERF*

ABSTRACT

Student as the most important element in educational institution need to be heard whether the service that has been provided is in accordance with their expectations. The evaluation of the service quality is necessary to do, to know exactly what is they expected, what has been perceived by the students on the service quality they received. The purpose of this study is to analyze the effect of service quality by using *HEDPERF* method to the satisfaction and loyalty variable of FTSP Islamic University of Indonesia (UII)'s students, Yogyakarta. The sample used in this research were 230 respondents. The sampling technique in this research was purposive sampling methode which means the sampling technique needs some consideration, where in this research the consideration is : FTSP UII's students who's in 2012/2013 until 2015/2016 grade. The data source used in this research was primary data, and the instrument used was questionnaire. The data analysis technique used in this research is SEM (*Structural Equation Modelling*) operated by AMOS program (*Analysist of Moment Structure*). The result

of this study concluded that: 1) there is a positive and significant effect of the non-academic aspect on student's satisfaction; 2) there is a positive and significant effect of the academic aspect on student's satisfaction; 3) there is a positive and significant effect of the reputation aspect on student's satisfaction; 4) there is a positive and significant effect of the access aspect on student's satisfaction; 5) there is a positive and significant effect of the program issue aspect on student's satisfaction; and 6) there is a positive and significant effect of the satisfaction aspect on student's loyalty.

Keywords: Service Quality, Satisfaction, Loyalty, HEdPERF

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan merupakan suatu *driver* kepuasan yang bersifat multidimensi. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Mahasiswa sebagai elemen terpenting pada instansi pendidikan perlu didengarkan apakah kualitas pelayanan yang diberikan selama ini sudah sesuai dengan yang diharapkan. Kepuasan dari sisi konsumen dipandang baik apabila memenuhi apa yang mereka harapkan, sebaliknya pelayanan akan dipersepsikan buruk apabila tidak memenuhi yang mereka harapkan (Kotler, 2000). Kepuasan yang tinggi tentunya akan berdampak kepada loyalitas yang tinggi pula. Loyalitas mahasiswa yang tinggi tidak dapat langsung diperoleh dengan memberikan kualitas pelayanan akademik yang baik saja, namun harus dievaluasi juga dari aspek kepuasan mahasiswa.

Dalam menilai kualitas layanan perguruan tinggi, telah ditemukan metode penilaian kualitas seperti *ServQual* (Parasuraman et al., 1988) dan *ServPerf* (Cronin dan Taylor, 1992). Penerapan dimensi model *ServQual* tidak langsung menjamin kepuasan dan loyalitas mahasiswa dalam mempersepsikan penggunaan jasa.

Dalam pandangan itu, Firdaus (2006) melakukan uji empiris sebuah alat ukur *service performance* pada sektor pendidikan tinggi, yang diberi nama *HEdPERF* (*Higher Education PERFORMANCE*). Dalam risetnya Firdaus membandingkan Hasil Uji *SERVQUAL*, *SERVPERF* dengan *HEdPERF*. *HEdPERF* dirancang dengan menggunakan lima aspek yang terdiri dari aspek non-akademik (*Non-academic aspects*), aspek akademik (*Academic aspects*), reputasi (*Reputation*), akses (*Access*), isu-isu program (*Programme issues*). Hasilnya, *HEdPERF* lebih efektif dalam mengukur *service performance* di sektor perguruan tinggi

Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia (FTSP UII) merupakan salah satu lembaga pendidikan ternama di Indonesia, khususnya di Yogyakarta. Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia ini telah mendapatkan akreditasi sangat baik (A). Bahkan salah satu program studinya yaitu Program Studi Teknik Sipil mendapatkan akreditasi Internasional. Upaya yang selama ini telah dilakukan untuk menilai kualitas layanan di FTSP UII adalah dengan cara menyebarkan angket evaluasi pembelajaran tiap akhir semester. Namun cara ini dianggap kurang komprehensif karena pengukuran kualitas hanya dinilai dari segi kinerja pengajar saja.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kualitas layanan Fakultas Teknik Sipil Universitas Islam Indonesia dengan menggunakan instrumen *HEdPERF* sebagai alat ukur penelitian ini. Berdasarkan alasan tersebut maka penelitian ini diberi judul

“Analisis Kualitas Layanan Perguruan Tinggi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa FTSP UII dengan Menggunakan Instrumen *HEdPERF*”.

KAJIAN PUSTAKA

Kepuasan

Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2007) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Pelanggan mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami atau merasakan masing-masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Sebuah perusahaan harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Kepuasan menunjukkan keadaan emosional, reaksi pasca pembelian yang ditunjukkan oleh konsumen dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, atau kesenangan. Konsekuensi dari tidakpuasnya pelanggan mungkin akan berdampak buruk. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor keberhasilan kritis yang mempengaruhi daya saing suatu organisasi. Banyak perusahaan yang tujuan utamanya adalah mencapai kepuasan pelanggan, namun demikian tidaklah mudah mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh

Loyalitas

Loyalitas merupakan istilah kuno yang secara tradisional telah digunakan untuk melukiskan kesetiaan dan pengabdian. Loyalitas atau kesetiaan pelanggan tidak terbentuk dalam waktu singkat, tetapi melalui proses pengalaman pembelian jasa secara konsisten sepanjang waktu. Efek loyalitas bagi perusahaan adalah memberikan sumber pendapatan terus-menerus dalam kurun waktu bertahun-tahun. Pearson dalam Akbar dan Parves (2009) mendefinisikan pelanggan loyal sebagai himpunan pelanggan yang memiliki sikap mendukung terhadap perusahaan, berkomitmen untuk membeli kembali produk atau jasa perusahaan, dan merekomendasikan produk atau jasa perusahaan kepada orang lain. Dalton dalam

Berdasarkan kepada beberapa pendapat mengenai loyalitas pelanggan yang telah disebutkan, kesimpulan yang dapat diambil bahwa loyalitas pelanggan sebagai sikap positif yang ditunjukkan pelanggan terhadap suatu penyedia jasa dengan melakukan pembelian kembali produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan dalam jangka panjang serta merekomendasikan perusahaan kepada kolega dan keluarganya.

Kualitas Pelayanan

Banyak pendapat mengenai definisi kualitas, karena kualitas memiliki ukuran relatif atas suatu barang atau jasa yang dinilai dari atribut, desain, dan kesesuaian bagi para pembelinya. Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan (Etgar dan Galia, 2009). Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan. Parasuraman dalam Kheng et al. (2010) menyebutkan bahwa layanan berarti derajat perbedaan yang timbul dari proses pelayanan dan interaksi antara penyedia layanan dengan konsumen.

HEdPERF

Firdaus (2006) merancang *HEdPERF (Higher Education PERFormance)* yang dikategorikan 5 penentu kualitas pelayanan dalam pendidikan tinggi. Lima penentu tersebut yaitu aspek non-akademik, aspek akademik, reputasi, akses, dan masalah program/ *program issue*.

1. Aspek Non-akademik aspek merujuk aspek yang penting untuk memungkinkan mahasiswa untuk memenuhi kewajiban studi mereka, dan berhubungan dengan tugas yang dilakukan oleh staff non-akademik.
2. Aspek akademik mengacu pada aspek positif termasuk sikap, keterampilan komunikasi yang baik, konsultasi yang memadai, umpan balik reguler untuk mahasiswa serta kemampuan staff pengajar yang berhubungan dengan tanggung jawab akademisi.
3. Aspek Reputasi adalah keseluruhan persepsi organisasi, apa singkatan organisasi, dengan apa organisasi dikaitkan, dan apa produk atau jasa organisasi seharusnya diberikan. Reputasi universitas adalah gambaran profesional yang diproyeksikan oleh universitas.
4. Aspek Akses adalah ketersediaan, kemudahan, dan kenyamanan yang berhubungan dengan kedua staf akademik dan non-akademik. Firdaus (2005) mengemukakan bahwa dimensi "akses" adalah salah satu faktor penentu yang paling penting dari kualitas pelayanan perguruan tinggi.
5. Aspek Masalah Program didefinisikan sebagai penawaran program akademik atau spesialisasi dengan fleksibel, terstruktur dan memiliki prinsip keamanan dalam pelaksanaannya. Dalam penelitian Ford, Joseph dan Joseph (1999) program pengajaran merupakan determinan kualitas layanan, mereka membandingkan persepsi kualitas layanan mahasiswa di Selandia Barudan Amerika Serikat. Metode pengajaran mengacu pada kepala sekolah dan metode pengajaran yang digunakan oleh staf pengajar. Cheng dan Tam (1997) membuktikan bahwa metode pengajaran sering digunakan sebagai indikator mutu pendidikan. Harvey (1995) dan Hill (1995) menemukan bahwa metode pengajaran adalah salah satu anteseden kepuasan mahasiswa.

Formulasi Hipotesis

1. Hubungan Aspek Non-Akademik dan Kepuasan Mahasiswa

Aspek Non-Akademik merupakan item-item yang penting untuk membantu mahasiswa memenuhi kewajiban studinya, yang terkait dengan tugas yang dijalankan staf non akademik. Faktor non-akademik berhubungan dengan kegiatan administrasi dan staf yang menjalankan proses administrasi, kompetensi staf administrasi, dan perlakuan yang diberikan terhadap mahasiswa. Faktor ini sangat mendukung kegiatan akademik. Implikasi dari faktor ini terkait dengan kecepatan-tanggapan staf administrasi dalam merespon permintaan mahasiswa, keakuratan informasi, keandalan pelayanan, kenyamanan jam operasi administrasi, kepercayaan, rasa keadilan, dan kebebasan yang dirasakan oleh mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Aspek Non Akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

2. Hubungan Aspek Akademik dan Kepuasan Mahasiswa

Dalam hal layanan dalam perguruan tinggi, salah satu aspek yang paling penting mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah aspek akademik. Keterampilan mengajar fakultas akademik dan interaksi dengan mahasiswa juga dapat menyebabkan kepuasan mahasiswa (Bitner dan Zeithaml, 1996). Hal ini didukung oleh Kuh dan Hu (dalam Fauzan, 2014) yang mengemukakan bahwa kepuasan mahasiswa secara signifikan dipengaruhi oleh interaksi yang efektif antara mahasiswa dan fakultas. Demikian pula, Kara dan De Shields dalam Fauzan (2014) menyatakan bahwa faktor-faktor penentu kepuasan mahasiswa termasuk dimensi kualitas layanan seperti kinerja dosen, kinerja staf penasehat dan kelas.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2 : Aspek Akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

3. Hubungan Aspek Reputasi dan Kepuasan Mahasiswa

Reputasi perusahaan dalam hal ini universitas merupakan sebuah variabel yang lebih luas dari pada citra merek. Oleh karena itu, reputasi universitas memiliki kemungkinan lebih besar berpengaruh kuat terhadap persepsi nilai pelanggan. Secara khusus, Mudambi, Doyle & Wong (1997) menyatakan bahwa aspek-aspek reputasi seperti berkelas dunia, memimpin untuk hal-hal teknis, dan keberadaan secara global memiliki potensi untuk mempengaruhi nilai pelanggan. Dalam penelitian sebelumnya, Fauzan (2014) menemukan bahwa aspek reputasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3: Aspek reputasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

4. Hubungan Aspek Akses dan Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan mahasiswa terhadap indikator kemudahan akses informasi dapat ditunjukkan dari adanya informasi tentang kemajuan studi tiap semester, kemudahan akses terhadap informasi yang berkaitan dengan kegiatan akademik tersedia, serta diletakkan di tempat strategis dan pemanfaatan teknologi informasi dalam sistem informasi akademik.

Firdaus (2006) menyatakan aspek akses adalah salah satu penentu yang paling penting dari kualitas pelayanan dalam pendidikan tinggi, yang juga merupakan anteseden kepuasan mahasiswa (Hill,1995).. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H4 : Aspek akses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa

5. Hubungan Masalah Program dan Kepuasan Mahasiswa

Hill (1995) menemukan bahwa metode pengajaran adalah faktor kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian Qi Huang (2014) menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang kuat antara metode pengajaran dan kepuasan mahasiswa. Program

pengajaran memainkan peran penting dalam menentukan kualitas pelayanan dalam pendidikan tinggi. Selain itu, Kuh & Hu (2001) menemukan bahwa program pengajaran ini sebagai prediktor kepuasan mahasiswa. Ini berarti kepuasan mahasiswa akan meningkat seiring dengan upaya meningkatkan program pengajaran.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

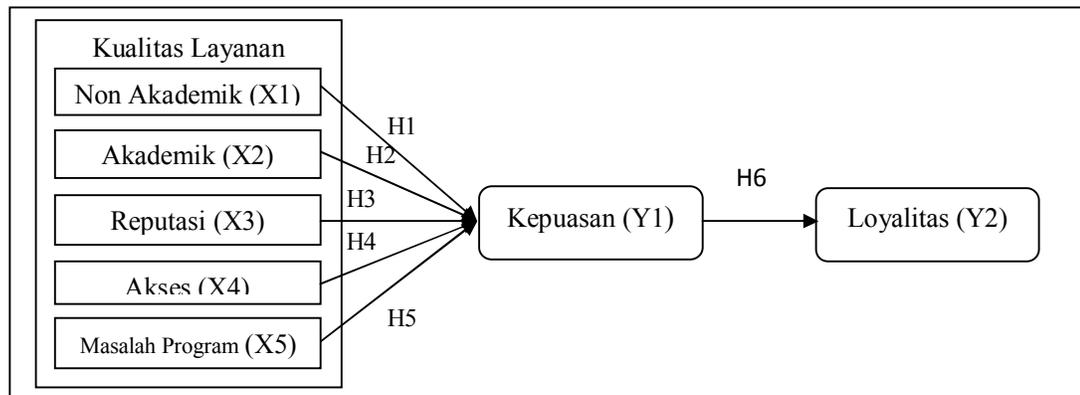
H5: Aspek masalah program berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa

6. Hubungan Aspek Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa

Fornell, 1992 dalam Kandampully (2000) telah meneliti hubungan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan dimana perilaku pelanggan yang merasa puas akan menjadi lebih setia. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Line Lervik Olsen (2003) yang telah membuktikan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi kesetiaan pelanggan dan Prasetyaningrum (2009) menemukan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H6 : Kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa

Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan Universitas Islam Indonesia.

Definisi Operasional Variabel

Adapun definisi operasional dan rincian pengukuran masing-masing variabel tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Kepuasan	Howard dan Sheth dalam Tjiptono (2007) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli yang berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dengan pengorbanan yang dilakukan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas sesuai yang dijanjikan 2. Kualitas yang dirasakan 	Tjiptono (2007)
Loyalitas	Loyalitas merupakan efek akhir dari suatu pembelian, yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku di masa depan dan diekspresikan melalui komitmen untuk kembali membeli produk yang dibutuhkan, komitmen untuk merekomendasikan kepada orang lain (Palitati, 2007).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rekomendasi konsumen lainnya 2. Membantu fakultas 3. Melanjutkan studi 	Palitati (2007)
Non-akademik	Aspek Non-akademik aspek merujuk aspek yang penting untuk memungkinkan mahasiswa untuk memenuhi kewajiban studi mereka, dan berhubungan dengan tugas yang dilakukan oleh staff non-akademik (Firdaus, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tulus dalam memecahkan masalah 2. Peduli dan perhatian individual 3. Efisien/ cepat tanggap dengan keluhan 4. Menanggapi meminta bantuan 5. Pencatatan yang akurat dan dapat dipercaya 6. Menepati janji 7. Jam buka yang nyaman 8. Sikap kerja positif 9. Komunikasi yang baik 10. Mengetahui sistem/ prosedur 11. Merasa aman dan percaya diri 12. Layanan dalam jangka waktu yang wajar 	Firdaus (2005)
Akademik	Aspek akademik mengacu pada aspek positif termasuk sikap, keterampilan komunikasi yang baik, konsultasi yang memadai, umpan balik reguler untuk mahasiswa serta kemampuan staff pengajar yang berhubungan dengan tanggung jawab akademisi (Firdaus, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan dalam menjawab pertanyaan 2. Peduli dan sopan 3. Menanggapi permintaan bantuan 4. Tulus dalam memecahkan masalah 5. Sikap positif 6. Komunikasi yang baik 7. Umpan balik kemajuan 8. Konsultasi yang cukup dan nyaman 9. Pengajar yang berpendidikan dan berpengalaman 	Firdaus (2005)
Reputasi	Keseluruhan persepsi organisasi, apa singkatan organisasi, dengan apa organisasi dikaitkan, dan apa produk atau jasa organisasi seharusnya diberikan (Firdaus, 2005).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan/ image yang profesional 2. Fasilitas asrama dan perlengkapannya 3. Fasilitas akademik 4. Program internal yang berkualitas 5. Fasilitas rekreasi 6. Lokasi kampus yang ideal 7. Lulusan universitas mudah mendapatkan pekerjaan 8. Ukuran minimal kelas 9. Layanan Kesehatan 10. Program mutu yang baik 	Firdaus (2005)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Akses (X4)	Dimensi "akses" sebagai salah satu faktor penentu yang paling penting dari kualitas pelayanan perguruan tinggi (Firdaus, 2005).	1. Perlakuan yang sama dan rasa hormat 2. Cukup banyak kebebasan 3. Kerahasiaan informasi 4. Mudah dihubungi melalui telepon 5. Layanan konseling 6. Serikat mahasiswa 7. Umpan balik untuk perbaikan 8. Prosedur layanan penyampaian	Firdaus (2005)
Prpgram Pengajaran (X5)	Penawaran program akademik atau spesialisasi dengan fleksibel, terstruktur dan memiliki prinsip keamanan dalam pelaksanaannya (Firdaus, 2005).	1. Program/spesialisasi akademik yang beragam 2. Kurikulum yang fleksibel	Firdaus (2005)

Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2013) yang dimaksud dengan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FTSP UII angkatan 2012/2013 s/d 2015/2016.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi (Sugiyono, 2005:73). Sampel penelitian ini adalah sebagian mahasiswa FTSP UII angkatan 2012/2013 s/d 2015/2016.

Ukuran sampel memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil-hasil SEM. Berdasarkan asumsi *Structural Equation Modelling* (SEM), Pedoman dalam menentukan ukuran sampel yang dipergunakan yaitu lima sampai sepuluh kali jumlah indikator penelitian (Ferdinand, 2002). Berdasarkan pandangan tersebut diatas, maka sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 230 responden dengan pertimbangan bahwa ukuran sampel lima kali dari jumlah indikator yang ada ($5 \times 46 = 230$ responden). Ukuran sampel ini masih berada dalam rentang ukuran sampel yang sebaiknya digunakan.

Teknik Pengambilan Sampel

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non random sampling* dimana peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Sugiyono, 2005: 77). Penggunaan *non random sampling* berdasarkan pertimbangan bahwa banyaknya jumlah anggota populasi konsumen Alfamart Yogyakarta tidak diketahui. Dengan pertimbangan tersebut maka teknik sampling yang sangat mendukung digunakan adalah *accidental sampling*. Metode *Sampling Aksidental* adalah tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2005:77). Penggunaan teknik ini dikarenakan cara pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan ditemui ditempat penelitian dan hal ini dianggap sudah dapat mewakili sampel penelitian, sehingga mempermudah peneliti dalam pengambilan sampel, menghemat tenaga dan waktu.

Penelitian ini menggunakan jenis kuesioner *close ended questions* dan *scaled response questions*. *Close ended questions* adalah suatu bentuk pertanyaan atau pernyataan dengan berbagai alternatif respon bagi respondennya guna mengetahui karakteristik responden. *Scaled response questions* adalah bentuk pertanyaan atau pernyataan yang menggunakan skala interval guna mengukur dan mengetahui ekspektasi mahasiswa mengenai atribut-atribut yang sedang diteliti

Analisis Data Dan Pembahasan

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan pengujian CFA atau tes konstruk validitas digunakan untuk melihat indikator apakah layak atau tidak menompang variabel laten. Indikator dikatakan valid apabila criteria ratio (CR) > 1,96 dengan nilai probabilitas (P) < 0,05 dengan menggunakan bantuan software AMOS. Hasil dari uji validitas dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KEPUASAN	<--- AKADEMIK	.413	.179	2.308	.021	
KEPUASAN	<--- PROGRAM	.191	.082	2.344	.020	
KEPUASAN	<--- AKSES	.203	.042	4.780	***	
KEPUASAN	<--- REPUTASI	.521	.104	4.990	***	
KEPUASAN	<--- NONAKADEMIK	.271	.121	2.248	.025	
LOYALITAS	<--- KEPUASAN	1.179	.167	7.048	***	
AKS8	<--- AKSES	.801	.061	13.091	***	
AKS7	<--- AKSES	1.000				
AKS6	<--- AKSES	.856	.086	9.977	***	
AKS5	<--- AKSES	.484	.066	7.327	***	
AKS4	<--- AKSES	.694	.084	8.261	***	
AKS3	<--- AKSES	.560	.068	8.275	***	
AKS2	<--- AKSES	.620	.072	8.651	***	
AKS1	<--- AKSES	.618	.073	8.464	***	
A9	<--- AKADEMIK	1.000				
A8	<--- AKADEMIK	1.026	.338	3.038	.002	
A7	<--- AKADEMIK	.762	.374	2.038	.042	
A6	<--- AKADEMIK	1.164	.441	2.639	.008	
A5	<--- AKADEMIK	2.341	.703	3.329	***	
A4	<--- AKADEMIK	2.576	.781	3.301	***	
A3	<--- AKADEMIK	2.543	.776	3.277	.001	
A2	<--- AKADEMIK	1.837	.586	3.137	.002	
A1	<--- AKADEMIK	1.011	.461	2.194	.028	
REP10	<--- REPUTASI	1.000				
REP9	<--- REPUTASI	.964	.130	7.413	***	
REP8	<--- REPUTASI	1.182	.171	6.918	***	
REP7	<--- REPUTASI	.812	.136	5.962	***	
REP6	<--- REPUTASI	.164	.078	2.106	.035	
REP5	<--- REPUTASI	.757	.129	5.850	***	
REP4	<--- REPUTASI	.766	.163	4.711	***	

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
REP3 <--- REPUTASI	.380	.129	2.943	.003
REP2 <--- REPUTASI	.979	.146	6.712	***
REP1 <--- REPUTASI	1.189	.161	7.389	***
NA1 <--- NONAKADEMIK	1.000			
NA2 <--- NONAKADEMIK	1.300	.352	3.692	***
NA3 <--- NONAKADEMIK	1.848	.524	3.524	***
NA4 <--- NONAKADEMIK	1.664	.474	3.511	***
NA5 <--- NONAKADEMIK	.991	.346	2.865	.004
NA6 <--- NONAKADEMIK	1.849	.507	3.645	***
NA7 <--- NONAKADEMIK	2.059	.560	3.677	***
NA8 <--- NONAKADEMIK	1.949	.541	3.605	***
NA9 <--- NONAKADEMIK	1.271	.395	3.218	.001
NA10 <--- NONAKADEMIK	.678	.289	2.351	.019
NA11 <--- NONAKADEMIK	1.153	.374	3.084	.002
NA12 <--- NONAKADEMIK	1.147	.363	3.162	.002
KEP1 <--- KEPUASAN	1.000			
KEP2 <--- KEPUASAN	1.284	.179	7.156	***
PP1 <--- PROGRAM	1.000			
PP2 <--- PROGRAM	.900	.171	5.277	***
LOY3 <--- LOYALITAS	1.000			
LOY2 <--- LOYALITAS	.869	.096	9.082	***
LOY1 <--- LOYALITAS	.217	.098	2.209	.027

Sumber : Hasil Olah Data, AMOS 22.0

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa semua indikator memiliki nilai CR lebih besar dari ketentuan 1,96, maka di simpulkan bahwa semua instrument yaitu aspek non akademik, aspek akademik, aspek reputasi, aspek program, aspek akses, kepuasan dan aspek loyalitas mahasiswa asumsi validitasnya telah terpenuhi.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dengan uji konstruk reabiliti digunakan untuk melihat konsistensi data. Artinya apabila nilai dari konstruk reliabilitas > 0,6 maka dikategorikan bahwa indikator dalam penelitian adalah baik. Berikut hasil pengujian reliabilitas data penelitian:

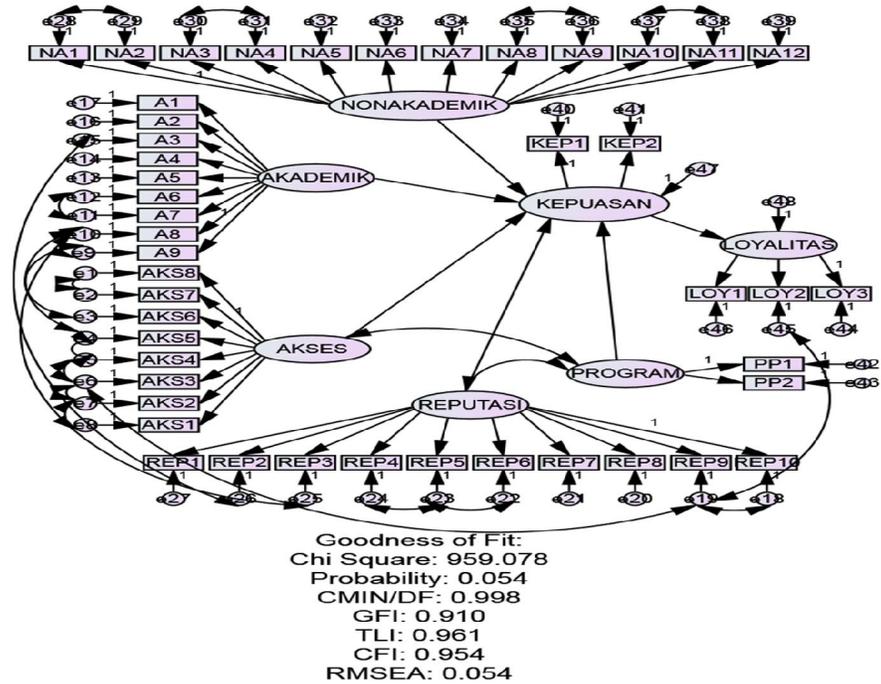
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Indikator	Konstruk Reliabilitas
Aspek Non Akademis	0.722
Aspek Akademis	0.600
Aspek Reputasi	0.742
Apek Program	0.622
Aspek Akses	0.843
Kepuasan Mahasiswa	0.637
Loyalitas Mahasiswa	0.651

Sumber : Hasil Olah Data, AMOS 22.0

Setelah dilakukan pengujian, diketahui pada tabel 4.2 seluruh nilai reliabilitas variabel dengan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari ketentuan *cronbach alpha* 0,6, maka dapat dinyatakan data semua variabel yang diuji bersifat reliabel.

Diagram Jalur



Gambar 4.1

Pengujian model yang diusulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode statistik multivariat *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan AMOS 22.0 dengan cara mengestimasi model dari data yang ada. Pada pengukuran model diagram jalur dilakukan dengan menyusun model struktural dengan menghubungkan antar konstruk laten baik endogen maupun eksogen dan menyusun *measurement model* dengan menghubungkan konstruk laten endogen atau eksogen.

Hasil *goodness-of-fit* pada Gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa hasil seluruh model memenuhi persyaratan uji *goodness-of-fit*. Hasil uji *goodness-of-fit* menunjukkan nilai *Chi-square*, *probability*, GFI, CMIN/df, TLI, CFI dan RMSEA sudah memenuhi *cut of value* yang ditentukan. Karena sebagian besar asumsi yang diperoleh sudah dalam kategori baik maka model dapat diterima dan tidak diperlukan adanya modifikasi model ulang sebagaimana disarankan pada output *modification indices*.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan output *Regression Weight* yang merupakan hasil dari analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* yang diringkas sebagai berikut:

Tabel 4.3 Regression Weight

			Estimate	S.E	C.R	P
KEPUASAN	<---	NONAKADEMIK	0.276	0.122	2.268	0.025
KEPUASAN	<---	AKADEMIK	0.421	0.182	2.316	0.021
KEPUASAN	<---	REPUTASI	0.524	0.105	5.010	***
KEPUASAN	<---	AKSES	0.203	0.043	4.774	***
KEPUASAN	<---	PROGRAM	0.194	0.082	2.354	0.020
LOYALITAS	<---	KEPUASAN	1.166	0.165	7.082	***

Sumber: Data Diolah, 2016

Berdasarkan hasil estimasi model pada Tabel 4.16, interpretasi masing-masing pengujian hipotesis di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

Pengujian hipotesis pertama (pengaruh aspek Non-Akademik terhadap kepuasan mahasiswa)

Hasil uji hipotesis pada variabel non-akademik terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,025 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel non-akademik yang dimiliki oleh FTSP UII terhadap kepuasan mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut menerima hipotesis dari penelitian ini yaitu variabel non-akademik memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII.

Perolehan hasil pengujian yang mengindikasikan bahwa terdapatnya pengaruh dari variabel non-akademik terhadap kepuasan mahasiswa dalam hal ini item-item yang penting untuk membantu mahasiswa memenuhi kewajiban studinya, yang terkait dengan tugas yang dijalankan staf non akademik. Faktor non-akademik berhubungan dengan kegiatan administrasi dan staf yang menjalankan proses administrasi, kompetensi staf administrasi, dan perlakuan yang diberikan terhadap mahasiswa. Implikasi dari faktor ini terkait dengan kecepat-tanggapan staf administrasi dalam merespon permintaan mahasiswa, keakuratan informasi, keandalan pelayanan, kenyamanan jam operasi administrasi, kepercayaan, rasa keadilan, dan kebebasan yang dirasakan oleh mahasiswa.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek non-akademik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Pengujian hipotesis kedua (pengaruh aspek Akademik terhadap kepuasan mahasiswa)

Hasil uji hipotesis pada variabel akademik terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,021 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel akademik yang dimiliki oleh FTSP UII terhadap kepuasan mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut menerima hipotesis dari penelitian ini yaitu variabel akademik memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa mahasiswa merasa puas dengan aspek pelayanan akademik. Hal ini berarti bahwa aspek akademik seperti sarana pendidikan yang berupa segala fasilitas diantaranya peralatan, bahan dan perabot yang langsung dipergunakan dalam proses belajar di universitas sudah mampu memenuhi

kebutuhan maupun harapan dari mahasiswa. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Firdaus (2005) yang menyimpulkan bahwa aspek akademik memiliki pengaruh yang baik pada penilaian kualitas pelayanan akademik.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek akademik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Pengujian hipotesis ketiga (pengaruh aspek Reputasi terhadap kepuasan mahasiswa)

Hasil uji hipotesis pada variabel reputasi terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut di bawah ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel reputasi yang dimiliki oleh FTSP UII terhadap kepuasan mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut mendukung hipotesis dari penelitian ini yaitu reputasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII.

Reputasi perusahaan dalam hal ini universitas merupakan sebuah variabel yang lebih luas dari pada citra merek. Oleh karena itu, reputasi universitas memiliki kemungkinan lebih besar berpengaruh kuat terhadap persepsi nilai pelanggan. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Firdaus (2005) yang menyimpulkan bahwa aspek reputasi memiliki pengaruh yang baik pada penilaian kualitas pelayanan akademik.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek reputasi berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Pengujian hipotesis keempat (pengaruh aspek Akses terhadap kepuasan mahasiswa)

Hasil uji hipotesis pada variabel akses terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut di bawah ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel akses yang dimiliki oleh FTSP UII terhadap kepuasan mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut mendukung hipotesis dari penelitian ini yaitu akses memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII.

Berdasarkan hasil pengujian ini, maka hipotesis keempat yang menyatakan tingginya aspek Akses pada FTSP UII akan menyebabkan makin tingginya kepuasan mahasiswa terbukti. Untuk itu, aspek akses sangat perlu diperhatikan untuk menjaga kepercayaan mahasiswa. Terlebih, Firdaus (2005) dalam penelitiannya menyatakan bahwa aspek akses adalah salah satu penentu yang paling penting dari kualitas pelayanan dalam pendidikan tinggi, yang juga merupakan antecedent kepuasan mahasiswa (Hill, 1995). Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Firdaus (2005) yang menyimpulkan bahwa aspek akses memiliki pengaruh yang baik pada penilaian kualitas pelayanan akademik.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek akses berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Pengujian hipotesis kelima (pengaruh aspek Program Pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa)

Hasil uji hipotesis pada variabel program pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,020 dimana nilai tersebut lebih kecil dari ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari variabel program yang dimiliki oleh FTSP UII terhadap kepuasan mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut menerima hipotesis dari penelitian ini yaitu variabel program memiliki pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek program pengajaran berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Pengujian hipotesis keenam (pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas mahasiswa FTSP UII)

Hasil uji hipotesis pada kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa diperoleh parameter estimasi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut di bawah ketentuan 0,05 yang mana mengindikasikan bahwa terdapat pengaruh dari kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa FTSP UII terhadap loyalitas mahasiswa. Maka, berdasarkan perolehan tersebut mendukung hipotesis dari penelitian ini yaitu kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa FTSP UII.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fauzan (2014) yang menyatakan bahwa aspek akses berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan di atas, maka dapat diambil kesimpulan seperti dibawah ini :

1. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Non-Akademik terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,025$ dan $\alpha = 0,05$.
2. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Akademik terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,021$ dan $\alpha = 0,05$.
3. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Reputasi terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,000$ dan $\alpha = 0,05$.
4. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel Akses terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,000$ dan $\alpha = 0,05$.
5. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel program pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,020$ dan $\alpha = 0,05$.
6. Ada pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa FTSP UII. Hal ini dibuktikan oleh nilai $p\text{-value} < \alpha$ dimana $p\text{-value} = 0,000$ dan $\alpha = 0,05$.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari penelitian ini, antara lain:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam aspek non-akademik, item “Pertanyaan dan komplain ditangani secara efisien dan cepat” mendapatkan nilai terendah. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi FTSP UII untuk lebih meningkatkan penanganan pertanyaan dan komplain dari mahasiswa.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam aspek akademik, item “Dosen tidak pernah terlalu sibuk untuk dapat menanggapi permintaan bantuan mahasiswa” mendapatkan nilai terendah. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi FTSP UII untuk dapat meningkatkan kemampuan dosen dalam menanggapi permintaan bantuan mahasiswa.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam aspek reputasi, item “Layanan kesehatan memadai” mendapatkan nilai yang buruk. Hal ini dapat menjadi masukan bagi FTSP UII untuk lebih meningkatkan layanan kesehatan bagi mahasiswa di FTSP UII.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam aspek program pengajaran, item “Institusi menawarkan banyak program dengan berbagai macam spesialisasi” mendapatkan nilai terendah. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi FTSP UII untuk lebih meningkatkan program-program pendidikan dengan berbagai macam spesialisasi untuk mahasiswa FTSP UII.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam aspek akses, item “Institusi mendorong dan meningkatkan keberadaan himpunan mahasiswa” mendapatkan nilai terendah. Hal ini dapat dijadikan masukan bagi FTSP UII untuk lebih mendorong dan meningkatkan keberadaan himpunan mahasiswa di FTSP UII.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, F. (2005), "HEdPERF versus SERVPERF: the quest for ideal measuring instrument of service quality in higher education sector", *Quality Assurance in Education*, Vol. 13 No. 4, pp. 305-328
- Ali, Fauzan, et al. (2014). Does Higher Educational Service Quality Effect Student Satisfaction, Image and Loyalty?. *Quality Assurance in Education*, 24 (1), pp 70-94
- Alves, H. and Raposo, M. (2010), "The influence of university image on students' behavior", *International Journal of Educational Management*, Vol. 24 No. 1, pp. 73-85.
- Al-Rousan, M. Ramzi dan Badaruddin, Mohamed. (2010), "Customer Loyalty and The Impact of Service Quality: The Case of Five Star Hotels in Jordan". *International Journal of Human and Social Science*. Hal 886.
- Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi. 1998. Akreditasi Program Studi Jenjang Sarjana (S1). Hasil Penilaian Tahun 1996/1997. Direktori Umum Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Bafadal, Ibrahim. 2003. *Manajemen Perlengkapan Sekolah Teori dan Aplikasinya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bemowski, K. 1991, *Restoring the pillars of higher education*, Quality Progress, October.
- Bitner, M.J. and Zeithaml, V.A. (1996), *Services Marketing*, McGraw-Hill, New York, NY.
- Bloemer, J. Ruyter and Wetzel, M. (1998). "On The Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Cost". *International Journal of Industry Management*, 107 (5): 62.
- Brown, B. and J. M. Logsdon. 1999. Corporate Reputation and organization Identity as Constructs for Business and Society Research, in D.Wood and D. Windsor (eds.), *Proceeding of the Tenth Annual Meeting of the International Association for Business and Socieg* (Paris, France), pp. 168-173.
- Chaudhuri, A dan Holbrook, M. B. 2001. The Chain Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty dalam *Journal of Marketing*, Vol.6, April,hlm.31.
- Crosby, L.A., Evans, K.R. and Cowles, D. 1990. Relationship quality in services selling: an interpersonal influence perspective. *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 3, pp. 81.

- Duffy, Dennis L. 2005. The Evolution of Customer Loyalty Strategies. *Journal of Customer Marketing*, pp.284-286.
- Edgar, M dan Galia, F. 2009. Why and How Service Quality Perceptions Impact Consumer Responses, *Journal of Managing Service Quality*, Vol. 19, No.4, pp.474-485.
- Edvardson, B., B. Thomasson, and J. Ovretveit.1994. *Quality of Service*. London: McGraw-Hill Book Company.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: FE UNDIP.
- Firdaus, Abdullah. 2006b. The Development of *HEdPERF*: A New Measuring Instrument of Service Quality for the Higher Education Sector. *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 30 No.6: 581.
- Firdaus Abdullah. 2006. Measuring service quality in higher education: *HEdPERF* versus *SERVPERF*. *Journal Marketing Intelligence & Planning* Vol. 24 No. 1, 2006 pp. 31-47
- Ford, J. B.; Joseph, M. and Joseph, B. 1999. Importance-performance analysis as a strategic tool for service marketers: the case of service quality perceptions of business students in New Zealand and the USA, *The Journal of Services Marketing* 13(2): 171.
- Gee, Robert., Coates, Graham., and Nicholson, Mike. 2008. Understanding and profitably managing customer loyalty. *Marketing Intelligence and planning*, 26(4), pp 359.
- Ghozali, Imam. 2008. *Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.80 edisi II*. Semarang. Penerbit: Universitas Diponegoro.
- Gronroos, C. 1984. *Service Management and Marketing: Managing the Moment of Truth in Service Competition*. Lexington, Mass: Lexington Books.
- Henkel, D. et. al. 2006. *The Impact of Emerging WLANs on Incumbent Cellular Service Providers in the U.S.* M.J. Servicesmarketing, McGraw-Hill Singapore.
- Hennig-Thurau, T., Langer, M.F. and Hansen, U. 2001. Modeling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on the Concept of Relationship Quality. *Journal of Service Research*, 3 (4), 331.
- Hill, F.M. 1995. Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education*, Vol.3, pp.10-21.
- Irawan, H. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo Gramedia.

- Kandampully, J and D. Suhartanto.2000. Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, p. 346 – 351.
- Kara, A. and De Shields, O.W. (2004), *Business Student Satisfaction, Intentions and Retentions in Higher Education: An Empirical Investigation*, Pennsylvania State University-York Campus and California State University, Northridge.
- Kheng, Liang, Lo., et al. 2010. The Impact of Service Quality on Customer.Loyalty. *International Journal of Marketing Studies* : Vol.2, pg.57.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol, terj : Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusly*, Edisi 9, Jilid 1 dan 2, PT Prenhalindo, Jakarta.
- _____. 2005. *Manajemen Pemasaran*, diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Edisi kesebelas, Jilid II, PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Kuh, G.D. and Hu, S. 2001, The effects of student-faculty interaction in the 1990s, *Reviewof Higher Education*, Vol. 24 No. 3, pp.30-32.
- Lehmann, Donald R. and John O'Shaughnessy.1974. Difference Attribute Importance for Different Industrial Products, *Journal Marketing*, 38 (April), 36-42.
- Lehtinen, U. and Lehtinen, J. 1982. *Service Quality-A Study of Quality Dimensions*. Helsingfors: Service Management Institute.
- Line Lervik Olsen, Michael D. Johnson.2003. Service Equity: Satisfaction, and Loyalty: from transaction – specific to cumulative evaluation.*Journal of Service Research*, Vol. 5, no. 3.
- Malhotra, N.K. 2009. *Riset Pemasaran, Edisi keempat*, Jilid 1. Jakarta:PT Indeks.
- Marbun, Saortua & Suardhika, I, Nengah. 2013. Pengaruh Service Performance Terhadap Nilai Institusi Dan Kepuasan Mahasiswa (Studi Pada STIPAR Triatma Jaya). *Jurnal Manajemen & Akuntansi STIE Triatma Mulya*, Vol 19,No.1 Edisi Juni 2013, p.52-72.
- Mitnick, B.M. dan Mahon, J.F. 2007. The Concept of Reputational Bliss,*Journal of Busrness Ethics*, Yol. 72, No. 323-333.
- Mosahab, R. et al. 2010. Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty:A Test of Mediation. *International Business Research*.Vol. 3. (4), 80.
- Mudambi, S. M., Doyle, P. & Wong, V. 1997. *An Exploration Of Branding In Industrial Markets, Industrial Marketing Management*, 26(5), 433-446.
- Oliver, Richard, 1993, A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction; Compatible Goal, Different Concept, *in Advance in Service Marketing and Management*,Vol 2; p. 65.

- Olsen, Line Lervik, and Michael D. Johnson, 2003, Service Equity: Satisfaction, and Loyalty: from transaction – specific to cumulative evaluation, *Journal of Service Research*, Vol. 5, no. 3.
- Ou, Wei-Ming. 2007. Moderating Effects of Age, Gender, Income and Education on Consumer's Response to Corporate Reputation, *Journal of American Academy of Business*, Vol. 10, pg. 190.
- Owlia, M.S. dan Aspinwall, E.M. 1996. TQM In Higher Education-A Review. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 14 (5), 527.
- Palitati, A. 2007. Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan, *Journal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, pp. 73.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. 1985. A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, Vol. 49, pp.50.
- _____. 1991. Refinement and Re-assessment of The Servqual Scale. *Journal of Retailing*, 67.
- Purnama, Nursya'bani. 2006. *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Qi Huang. 2014. The Relationship Between Service Quality and Student Satisfaction In Higher Education Sector: *A Case Study On The Undergraduate Sector Of Xiamen University Of China*. Thailand: Assumption University.
- Robinson, S. 1999. Measuring service quality: current thinking and future requirements. *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 17, No. 1, pp.32.
- Sarjono, Yetti. 2006. Faktor- Faktor Strategik Pelayanan Dosen Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Mahasiswa FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta Tahun Akademik 2005-2006. *Jurnal Varidika*, Vol. 19, No. 1, Juni 2007.
- Soutar, G., and McNeil, M. 1996. Measuring service quality in a tertiary institution. *Journal of Educational Administration*, 34(1), 82.
- Standifird, S.S. 2005. Reputation among peer academic institutions: An investigation of the US News and World Report's rankings. *Corporate Reputation Review*, 8(3), 233.
- Strange, C. 1991. *Managing college environments: Theory and practice*. In T. K. Miller, R. B. Winston, Jr., & Associates (Eds.), *Administration and leadership in student affairs*. 1991: 2nd ed., pp. 159. Muncie, IN: Accelerated Development.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni V. Wiratna. 2008. *Belajar Mudah SPSS Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Penerbit Ardana Media

- Sukmadinata. 2006. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung:Rosdakarya.
- Surprenant, C.F. and Solomon, M.R 1987. Predictability and personalization in the service encounter. *Journal of Marketing*, Vol, 51, April, pp. 96.
- Tjiptono, F. 1998. *Manajemen jasa.Edisi kedua*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- _____. 2000. *Prinsip & Dinamika Pemasaran*. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta.
- Tjiptono, F. dan Gregorius, C., 2005.*Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi Offset.
- Trasorras dkk. 2009. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Walsh, K. And J .Stewart, 1992. Change in the Management of Public Services,*Public Administration* 70, 499-518.
- Yosef Daryanto. 2016. Upaya Perbaikan Layanan Dengan Menggunakan Higher Education Performance (*HEDPERF*) Dan Metode TRIZ. *Seminar Nasional IENACO – 2016* ISSN: 2337 – 4349.