

**MEMBANGUN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*
MELALUI ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI
KUALITAS PELAYANAN PERGURUAN TINGGI**

DISERTASI

Program Doktor Ilmu Ekonomi



Oleh :

Salamatun Asakdiyah

02931002

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
Januari 2018**

**MEMBANGUN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*
MELALUI ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI
KUALITAS PELAYANAN PERGURUAN TINGGI**

**Disertasi untuk memperoleh derajat Doktor
dalam Ilmu Ekonomi pada Program Pascasarjana
Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
Yogyakarta**



**Oleh :
Salamatun Asakdiyah
02931002**

**PROGRAM PASCASARJANA FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
Januari 2018**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan, bahwa dalam disertasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Januari 2018

Yang membuat Pernyataan



Salamatun Asakdiyah

DISERTASI

**MEMBANGUN KOMUNIKASI *WORD OF MOUTH*
MELALUI ANTESEDEN DAN KONSEKUENSI
KUALITAS PELAYANAN PERGURUAN TINGGI**

Telah disahkan dan dipertahankan di depan dewan penguji,
promotor dan ko-promotor pada tanggal 20 Januari 2018

Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo (Promotor)

Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D (Ko-promotor)

Dr. Yuni Istanto, M.Si (Ko-Promotor)



Mengetahui

Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta



Dr. Zainal Mustafa EQ, MM

Direktur

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmad dan hidayah-Nya, sehingga penulis pada akhirnya dapat berhasil menyelesaikan disertasi ini. Sejumlah pihak telah memberikan kontribusinya yang sangat berarti bagi terlaksananya penelitian serta penyusunan disertasi ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada yang terhormat:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia beserta staf yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan dan menyelesaikan studi pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Direktur Program Doktor Ilmu Ekonomi Program Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia beserta staf yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas belajar selama menempuh studi S3.
3. Bapak Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo selaku Promotor, Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus., Ph.D serta Bapak Dr. Yuni Istanto, M.Si, selaku Co-Promotor yang telah banyak membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian disertasi ini.

4. Bapak Dr. Zainal Mustafa EQ, MM, Bapak Dr. M. Irhas Effendi, SE, M.Si., dan Bapak Drs. Anas Hidayat, MBA, Ph.D, selaku Penguji Ujian Tertutup Disertasi serta Ujian Terbuka Promosi Doktor dan yang telah memberikan masukan, koreksi dan saran-saran konstruktif bagi penyempurnaan disertasi ini.
5. Bapak Prof. Dr. H. Noeng Muhadjir dan Bapak Prof. H. Ace Partadirejda, M.Sc., Ph.D (Alm.), atas rekomendasi beliau berdua, sehingga penulis bisa diterima pada Program Doktor Ilmu Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Dr. H. Kasiyarno, M.Hum selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan beserta staf yang telah memberikan dukungan beasiswa bagi penulis.
7. Keluarga Besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ahmad Dahlan yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama menempuh studi S3.
8. Pimpinan dan Civitas Academica Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah V Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah bersedia menjadi responden penelitian.
9. Kepada Ayahanda H. Istakhori Syam'ani, AH., (Alm.), Ibunda Hj. Zaenab, (Almh.), Keluarga S.A. Masykuri (Alm.), Keluarga Ahmad Mufid, Keluarga S. Tjokrodiharjo (Alm.) dan Keluarga Drs. Subadi yang telah memberikan dukungan, doa restu, kasih sayang dan perhatian, sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan disertasi ini.

10. Khusus kepada suami penulis Bapak Drs. Subarjo Suroso, kepada Ananda Rizkiya Ayu Maulida, SIP, MA dan Faris Mujaddid Adinugroho, SE., penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya atas doa restu, pengorbanannya, kesabarannya, pengertiannya dan kasih sayangnya, sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan disertasi ini. Semoga disertasi ini bisa membahagiakan mereka.

11. Kepada Mas Agus S. Kartajaya, M.Pd., yang telah banyak membantu dalam penyelesaian disertasi ini.

12. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terutama rekan-rekan senasib seperjuangan dalam menempuh studi S3 dan pihak lain yang telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian disertasi ini, juga disampaikan ucapan terima kasih.

Akhirnya, segala sesuatu yang telah penulis terima, penulis kembalikan kepada Allah SWT. Semoga budi baik yang telah penulis terima diridhoi dan menjadi amal sholeh bagi para budiman tersebut. Semoga disertasi ini memberikan manfaat yang sebesar-besarnya. Aamiin Ya Robbal Alamiin.

Yogyakarta, Januari 2018

Hormat Saya,

Salamatun Asakdiyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PRASYARAT GELAR DOKTOR.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN DISERTASI	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kontribusi Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Pendahuluan.....	16
2.2 <i>Resource Based View Theory</i>	16
2.2.1 <i>Pengertian Resource Based View Theory</i>	16
2.2.2 <i>Kritik Terhadap Resource Based View</i>	

<i>Theory</i>	18
2.2.3 Implementasi dan Dukungan Empirik Terhadap <i>Resource Based View Theory</i>	21
2.2.4 Relevansi <i>Resource Based View Theory</i> dengan <i>Marketing</i>	30
2.3 <i>Relationship Marketing Theory</i>	33
2.4 Peran Karyawan Dalam Penyampaian Jasa.....	39
2.4.1 Arti Penting Karyawan.....	39
2.4.2 <i>Intellectual Capital</i>	41
1. Kompetensi.....	43
2. Komitmen Karyawan.....	48
2.5 Persepsi Pelanggan tentang Penyampaian Jasa	52
2.5.1 Pengertian Kualitas	53
2.5.2 <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan)	54
2.5.3 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	62
2.5.4 <i>Trust</i>	66
2.5.5 Komitmen Pelanggan	69
2.5.6 Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	72
2.6 Ikhtisar	79
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS	83
3.1 Pendahuluan.....	83

3.2	<i>Anteseden</i> Kualitas Pelayanan	83
3.2.1	Kompetensi Karyawan dan Kualitas Pelayanan	83
3.2.2	Komitmen Karyawan dan Kualitas Pelayanan	87
3.3	<i>Konsekuensi</i> Kualitas Pelayanan.....	89
3.3.1	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	89
3.3.2	Kualitas Pelayanan dan <i>Trust</i> Pelanggan	94
3.3.3	Kualitas Pelayanan dan Komitmen Pelanggan	96
3.3.4	Kualitas Pelayanan dan Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	97
3.3.5	Kepuasan Pelanggan dan Trust Pelanggan....	98
3.3.6	<i>Trust</i> Pelanggan dan Komitmen Pelanggan...	100
3.3.7	Komitmen Pelanggan dan Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	101
3.4	Model Penelitian	102
BAB IV METODE PENELITIAN		104
4.1	Pendahuluan	104
4.2	Populasi dan Sampel.....	104
4.3	Teknik Pengumpulan Data	108

4.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	109
4.4.1	Kompetensi Karyawan	109
4.4.2	Komitmen Karyawan	110
4.4.3	Kualitas Pelayanan	110
4.4.4	Kepuasan Mahasiswa	111
4.4.5	<i>Trust</i> Mahasiswa	112
4.4.6	Komitmen Mahasiswa	113
4.4.7	Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	113
4.5	Uji Instrumen Penelitian.....	116
1.	Uji Validitas	116
2.	Uji Reliabilitas.....	119
4.6	Metode Analisis	120
BAB V ANALISIS DATA.....		124
5.1	Pendahuluan	124
5.2	Karakteristik Responden.....	124
5.2.1	Umur Responden	124
5.2.2	Pendidikan Responden	126
5.2.3	Jenis Kelamin.....	127
5.2.4	Lama Bekerja dan Lama Kuliah	128
5.2.5	Jenis Perguruan Tinggi Swasta (PTS)	129
5.3	Evaluasi Kriteria Kesesusian atau Uji Asumsi SEM.....	130

5.3.1	Evaluasi Normalitas Data.....	130
5.3.2	Evaluasi atas <i>Outliers</i>	131
5.3.2.1	<i>Univariate Outliers</i>	131
5.3.2.2	<i>Multivariate Outliers</i>	132
5.4	<i>Analisis Measurement Model</i>	133
5.4.1	Evaluasi Validitas	133
5.4.2	Evaluasi <i>Goodness Of Fit Model</i>	139
5.4.3	Modifikasi Model	142
5.4.4	Evaluasi Reliabilitas	144
5.4.5	Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	146
5.4.6	Ikhtisar	152
5.5	<i>Analisis Persamaan Struktural</i>	153
5.5.1	Evaluasi <i>Goodness Of Fit</i>	154
5.5.2	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i> Tahap Awal	155
5.5.3	Modifikasi Model Penelitian	159
5.5.4	Pengujian Hipotesis	162
5.5.5	Ikhtisar	166
5.6	Pembahasan	168
5.6.1	Hipotesis yang Berkaitan Dengan Anteseden Kualitas Pelayanan	168
5.6.2	Hipotesis yang Berkaitan Dengan Konsekuensi Kualitas Pelayanan	170

5.6.3 Analisis Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak langsung dan Pengaruh Total	177
5.6.3.1 Analisis Pengaruh Langsung.....	177
5.6.3.2 Analisis Pengaruh Tidak Langsung	179
5.6.3.3 Analisis Pengaruh Total	180
5.6.4 Ikhtisar	182

BAB VI KESIMPULAN, KONTRIBUSI DAN KETERBATASAN

PENELITIAN	184
6.1 Kesimpulan	184
6.2 Kontribusi Penelitian	188
6.2.1 Kontribusi Teoritis.....	189
6.2.2 Implikasi Manajerial.....	192
6.3 Keterbatasan Penelitian dan Petunjuk Bagi Penelitian Berikutnya.....	197
DAFTAR PUSTAKA.....	200
DAFTAR ISTILAH	223
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Fenomena Gap Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi 6
Tabel 2.1	Perbedaan Pemasaran Tradisional dan Pemasaran Relasional..... 36
Tabel 4.1	Variabel Penelitian dan Skala Pengukuran 114
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Kompetensi Karyawan 117
Tabel 4.3	Hasil Uji Validitas Komitmen Karyawan..... 117
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan 117
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepuasan Mahasiswa 118
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas <i>Trust</i> Mahasiswa 118
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Komitmen Mahasiswa 118
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Komunikasi <i>Word of Mouth</i> 119
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian 120
Tabel 4.10	<i>Goodness of Fit Index</i> 123
Tabel 5.1	Umur Responden 125
Tabel 5.2	Pendidikan Responden 126
Tabel 5.3	Jenis Kelamin 127
Tabel 5.4	Lama Bekerja dan Lama Kuliah 128
Tabel 5.5	Jenis Perguruan Tinggi Swasta 129
Tabel 5.6	Evaluasi Normalitas Data 130
Tabel 5.7	<i>Evaluasi Univariate Outliers</i> 132

Tabel 5.8	Nama Konstruk, Indikator, Nilai t dan Probabilitas	134
Tabel 5.9	Nama dan Jumlah Indikator yang digunakan dan Dikeluarkan dalam Penelitian.....	136
Tabel 5.10	Hasil Uji Parameter Penelitian.....	137
Tabel 5.11	<i>Goodness of Fit indices</i> Konstruk Penelitian	141
Tabel 5.12	<i>Goodness of Fit</i> setelah modifikasi model	143
Tabel 5.13	Reliabilitas model Pengukuran.....	145
Tabel 5.14	Kategori Variabel Penelitian	147
Table 5.15	Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian ...	148
Tabel 5.16	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Tahap Awal	156
Tabel 5.17	Nilai t Hitung dan Probabilitas Model Tahap Awal.....	157
Tabel 5.18	Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Tahap Kedua	160
Tabel 5.19	Nilai t hitung dan Probabilitas Modifikasi Model	161
Tabel 5.20	Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian.....	163
Tabel 5.21	Pengaruh Langsung yang Distandardisasikan	178
Tabel 5.22	Pengaruh Tidak langsung yang Distandardisasikan....	179
Tabel 5.23	Pengaruh Total yang Distandardisasikan	181

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Kerja Analisis Sumberdaya Berdasarkan Pasar (<i>Analysis of Market Based Resource</i>).	31
Gambar 2.2 Hubungan antara Proposisi dan Hipotesis	79
Gambar 3.1 Antecedent dan Konsekuensi dari kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi	102
Gambar 5.1 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> Tahap Awal	158
Gambar 5.2 Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i> tahap kedua.....	162

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis anteseden dan konsekuensi kualitas pelayanan guna membangun komunikasi *word of mouth* perguruan tinggi. Anteseden kualitas pelayanan dapat dianalisis melalui *intellectual capital* karyawan yang mencakup kompetensi karyawan dan komitmen karyawan terhadap perguruan tinggi. Sedangkan konsekuensi kualitas pelayanan dapat dianalisis melalui peningkatan kepuasan mahasiswa, *trust* mahasiswa, komitmen mahasiswa dan komunikasi *word of mouth*.

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan dan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah V Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode *cluster random sampling* dengan membagi populasi dalam beberapa kelompok. Responden dalam penelitian ini terdiri dari karyawan baik dosen maupun tenaga kependidikan serta mahasiswa dari 20 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Kopertis Wilayah V dengan jumlah sampel 200 karyawan dan 200 mahasiswa. Sedangkan alat analisis dalam penelitian ini menggunakan program *Structural Equation Model* (SEM). Untuk estimasi dalam pengukuran model digunakan program AMOS versi 18 sebagai rangkaian dari penggunaan metode SEM.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi kompetensi karyawan dan semakin tinggi komitmen karyawan mengakibatkan semakin tingginya kualitas pelayanan. Selain itu, semakin tinggi kualitas pelayanan mengakibatkan semakin tingginya kepuasan mahasiswa, *trust* mahasiswa, komitmen mahasiswa dan komunikasi *word of mouth*. Namun demikian semakin tinggi kepuasan mahasiswa tidak mengakibatkan semakin tingginya *trust* mahasiswa, semakin tinggi *trust* mahasiswa tidak mengakibatkan semakin tingginya komitmen mahasiswa, dan semakin tinggi komitmen mahasiswa tidak mengakibatkan semakin tingginya komunikasi *word of mouth*.

Kata Kunci : Kompetensi Karyawan, Komitmen Karyawan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa, *Trust* Mahasiswa, Komitmen Mahasiswa dan Komunikasi *Word Of Mouth*

ABSTRACT

This research aimed to analyse the antecedent and consequence of the service quality of the university to build word of mouth communication. The antecedent of the service quality are analysed through employee's intellectual capital that consists of employee's competence and employee's commitment to the university. Meanwhile, the consequences of the service quality are be analysed by the increase of student's satisfaction, student's trust, student's commitment and word-of-mouth communication.

In this research, the population is the employee and the students of the private universities in Special Region of Yogyakarta. The sample of this research determined by cluster random sampling which classifie the population into some groups. The respondents consist of employee, both administration officer and lecturer also students from 20 universities. The number of the sample are 200 employees and 200 students. The analytical tool in this research is Structural Equation Model (SEM). For the estimation of the model utilization, the researcher used AMOS Version 18 as the series of the use of SEM method.

The result of the research showed that the higher level of competence of the employee and the higher level of commitment of the student, will make the service quality higher. Furthermore, the higher level of service quality would make student's satisfaction, student's trust, student's commitment and word-of-mouth communication higher. However, the high level of student's satisfaction did not give any impact to the level of student's trust, the level of student's trust did not give any impact to student's commitment , and the level of student's commitment did not give impact to the level of word-of-mouth communication.

Keywords: Employee's Competence, Employee's Commitment, Service Quality, Student's Satisfaction, Student's Trust, Student's Commitment and Word-of-Mouth Communication.