

PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA DAN ALUMNI SEBAGAI "*OPINION LEADER*" PADA KUALITAS PELAYANAN TERHADAP NIAT MEREFERENSIKAN PROGRAM D3 MANAJEMEN UNPAR

Wisnu Wardhono, Ida Nuraida

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Parahyangan, Bandung

ABSTRAK

Berdasarkan hasil survey, secara umum alasan mahasiswa masuk Unpar adalah berdasarkan pengaruh dan informasi yang positif dari *opinion leader*, terutama dari alumni, yang pernah merasakan jasa pelayanan di D 3 Manajemen Unpar. Hal ini juga berlaku untuk program D 3 Manajemen Unpar yang didirikan pada tahun 1995. Sejak kepindahan lokasi kampus dari Jl. Pasteur ke Jl. Ciumbuleuit 94 Bandung pada tahun 2000 serta ditutupnya kelas karyawan, D3 Manajemen Unpar mengalami penurunan jumlah mahasiswa. Penulis ingin mengetahui bagaimana persepsi *opinion leader*, terutama mahasiswa dan alumni, terhadap kualitas pelayanan (*tangibility, emphaty, reliability, assurance, responsiveness* atau disingkat TERAR) di D 3 Manajemen Unpar, dan sejauhmana kepuasan atas kualitas layanan/TERAR tersebut mempengaruhi niat mereka untuk mereferensikan D 3 Manajemen Unpar. Hal ini sangat berguna bagi D 3 Manajemen Unpar sebagai umpan balik terhadap kualitas pelayanan dari sudut pandang mahasiswa dan alumni yang sedang dan pernah merasakan produk jasa di D 3 Manajemen Unpar. Mereka akan melakukan perbandingan antara harapan dan persepsi mereka terhadap produk. Jika kualitas pelayanan yang digunakan sesuai atau bahkan melebihi harapan mereka (selain kualitas produk dan pengorbanan yang dikeluarkan mahasiswa dan alumni), maka hal ini akan mempengaruhi persepsi nilai mahasiswa dan alumni terhadap timbulnya minat mereferensikan yang positif mengenai D 3 Manajemen Unpar kepada teman-teman, kolega, keluarga dan orang-orang dalam lingkungan pergaulan mereka. Juga sebaliknya. Dalam jangka panjang, hal ini dapat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi jumlah mahasiswa yang masuk ke D 3 Manajemen Unpar.