

Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Muria Kudus

Panca Winahyuningsih dan Mochamad Edris¹

Diterima : 7 Agustus 2012

disetujui : 6 November 2012

diterbitkan : 11 Desember 2012

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the influence of the variable quality of teaching and the quality of service in conjunction with satisfaction and loyalty student of the University of Muria Kudus. The population in this research were all student of the University of Muria Kudus still registered and active until the academic of year 2010/2011 amounted to 5974 students. By applying the formula of slovin then obtained a sample of 375 students taken by purposive sampling method. Data were obtained through a questionnaire and analyzed using Structural Equation Modelling (SEM). The results showed that student loyalty can be built from a variable learning through student satisfaction and student loyalty can also be constructed from the variable quality of service through student satisfaction.

Key words : *Learning, service quality, satisfaction and loyalty.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pembelajaran dan kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan dan loyalitas mahasiswa Universitas Muria Kudus. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muria Kudus yang masih terdaftar dan aktif sampai dengan tahun akademik 2010/2011 berjumlah 5974 mahasiswa. Dengan menerapkan rumus Slovin maka diperoleh sampel sejumlah 375 mahasiswa yang diambil dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.

Keywords : Pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas

¹ *Staff Pengajar Fakultas Ekonomi UMK*

PENDAHULUAN

Era globalisasi merupakan tantangan tersendiri bagi Perguruan Tinggi dalam menyiapkan lulusannya agar mampu berkompetisi dalam memperebutkan pasar kerja dan menghasilkan lulusan yang inovatif dan kreatif. Secara internasional, mulai tahun 2003 AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan AFLA (*Asean Free Labour Area*) akan dimulai. Hal ini berarti persaingan tenaga kerja akan terbuka, konsekuensinya tenaga kerja kita harus mampu bersaing secara terbuka dengan tenaga kerja asing dari berbagai negara. Jika tidak, maka tenaga kerja Indonesia akan tersisihkan oleh tenaga kerja asing dari Malaysia, Philipina, Bangladesh, India, dan sebagainya¹.

Upaya memenuhi keinginan mahasiswa dan calon mahasiswa merupakan kunci sukses memenangkan persaingan². Tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan tinggi adalah menggunakan umpan balik dari mahasiswa atau calon mahasiswa untuk mengendalikan perubahan organisasional³.

Kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen (*customer voice*) dan kehendak organisasi pengelola perguruan tinggi (*company voice*) merupakan syarat penting keberhasilan proses pendidikan tinggi⁴.

Karena kualitas pelayanan mengacu pada jasa, maka peneliti hendak membahas mengenai jasa. Dimana jasa adalah proses atau aktivitas yang tidak berwujud dan menunjukkan interaksi antar manusia, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak menyadarinya. Namun hasil dari jasa tidak menyebabkan kepemilikan individu yang terlibat. Makna dari jasa berkaitan dengan kualitas, berarti kesesuaian suatu produk baik barang maupun jasa dengan tujuan yang telah ditentukan, dimana kehandalan, ketahanan, dan waktu yang tepat dalam memaknai integritas, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dengan demikian kualitas jasa adalah usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa, agar layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan / keinginan pelanggan⁵.

Dalam menghadapi persaingan ekonomi yang semakin ketat, hanya produk dan jasa yang berkualitas tinggi dan biaya produksi yang rendah yang akan unggul dalam persaingan ini. Untuk menghadapi hal ini, maka tiap perusahaan perlu memperbaiki kinerjanya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan⁶.

Sebuah proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli, (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang⁷.

Selanjutnya menurut⁸ dalam penelitiannya yang berjudul "Anteseden Loyalitas Konsumen pada Industri Perhotelan, Studi pada Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta", menunjukkan bahwa citra, nilai, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen. Pengaruh total citra terhadap loyalitas konsumen dapat diperbesar dengan peran variabel mediasi, yaitu kualitas persepsi. Kepuasan konsumen secara langsung mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen, dibandingkan nilai dan citra.

Adanya peranan nilai, kualitas persepsi dan kepuasan konsumen, pengaruh citra terhadap loyalitas dapat diperbesar, namun tidak dapat melebihi pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Pengaruh langsung citra yang lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya dikarenakan pada hotel berbintang tiga, empat, dan lima memiliki fasilitas-fasilitas

yang bagus atau berkualitas dibandingkan dengan tipe hotel yang memiliki bintang di bawahnya. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki hotel berbintang tiga ke atas inilah yang menyebabkan citra baik hotel tersebut di masyarakat, sehingga dari citra yang baik tersebut akan muncul *positive word of mouth communication*, kemauan untuk merekomendasi seseorang menginap di hotel tersebut, kemauan untuk menginap di hotel tersebut, dan kemauan untuk mendorong seseorang berbisnis dengan hotel yang bersangkutan. Namun temuan ini tidak bisa diterapkan begitu saja pada tipe-tipe hotel yang memiliki konsumen dengan karakteristik yang lebih spesifik dibandingkan dengan konsumen berbintang dua ke bawah⁸.

Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen, dikarenakan pada hotel berbintang tiga, empat, dan lima disamping memiliki fasilitas-fasilitas yang baik dan memadai, kemampuan dan kecakapan staf dalam melayani juga baik, sehingga konsumen yang tinggal di hotel tersebut merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan tersebut. Perasaan puas inilah yang dapat menyebabkan konsumen tersebut akan kembali tinggal di hotel yang bersangkutan pada lain waktu, enggan berpindah ke hotel lain, mau untuk merekomendasi hotel tersebut kepada orang lain, dan menunjukkan sikap loyalnya kepada hotel yang bersangkutan. Namun, hasil penelitian ini harus diterapkan secara hati-hati untuk hotel yang memiliki karakteristik lain, karena keunikan hotel berbintang tiga, empat, dan lima tidak sama dengan hotel berbintang dua ke bawah maupun hotel-hotel lain dengan tipe berbeda⁹. Dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang" membuktikan bahwa pada hipotesis penelitian pertama ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang¹⁰.

Hipotesis penelitian kedua membuktikan bahwa ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit Elisabeth Semarang. Sedangkan hipotesis penelitian ketiga

membuktikan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang¹¹. Dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)"¹², menunjukkan bahwa tidak semua hipopenelitian dapat diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tetapi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Guolla yang berjudul "Assessing the teaching quality to student satisfaction research in the classroom" membuktikan bahwa pembelajaran berhubungan kuat dengan kepuasan pelajaran dan antusiasme instruktur berhubungan kuat dengan kepuasan instruktur¹³.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif empiris yang didapat langsung dari penyebaran kuesioner. Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder, yang berupa data fluktuasi jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun di Universitas Muria Kudus. Terdapat 17 butir pernyataan yang ditujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas mahasiswa pada Universitas Muria Kudus.

Variabel-variabel penelitian tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu: pertama, variabel eksogen (bebas) adalah pembelajaran (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2). Kedua, variabel endogen yang terdiri atas kepuasan (Y_1) (variabel intervening) dan loyalitas (Y_2) (variabel terikat).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa

Universitas Muria Kudus yang masih aktif melakukan her registrasi sampai tahun akademik 2010/2011 yang berjumlah 5974 mahasiswa.

Karena jumlah mahasiswa Universitas Muria Kudus cukup banyak, maka peneliti tidak akan menjadikan seluruh mahasiswa tersebut sebagai subyek penelitian, akan tetapi mengambil sebagian dari populasi sebagai subyek penelitian¹⁴. Ukuran pengambilan sampel dalam penelitian ini digunakan rumus Slovin¹⁵.

Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditolerir. Persentase kelonggaran ketidakpastian yang digunakan dalam penelitian sebesar 10%. Dari perhitungan maka sampel dalam penelitian ini sebanyak 375 mahasiswa.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut¹⁶. Dalam penelitian ini digunakan sampel purposive (*Purposive Sampling*), yaitu sampling yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu. Peneliti menggunakan sampel *purposive* karena peneliti menggunakan mahasiswa dengan kriteria tertentu untuk menjadi sampel. Adapun kriteria tersebut adalah mahasiswa yang minimal sudah berada pada semester 4, dan mahasiswa tersebut berusia antara 20 tahun sampai dengan 30 tahun.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Responden akan diminta untuk memberi jawaban yang berupa kuesioner dalam bentuk skala 1-5 dengan kategori jawaban sangat tidak setuju (STS) sampai dengan sangat setuju (SS).

Adapun analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah *Structural Equation Model* (SEM). Menurut¹⁷, sebuah pemodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *Measurement Model* dan *Structural Model*. *Measurement Model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor

berdasarkan indikator-indikator empirisnya. *Structural Model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel pembelajaran adalah sebagai berikut ini.

Tabel 1
Hasil Uji Pembelajaran

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r Hitung	Status
Pemb1	0,336	0,264	Valid
Pemb2	0,462	0,264	Valid
Pemb3	0,320	0,264	Valid
Pemb4	0,451	0,264	Valid
Pemb5	0,512	0,264	Valid

Sumber : Data primer diolah.

Berdasarkan tabel 1, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Pembelajaran memiliki status valid, karena nilai *corrected item-total correlation* > 0,264 maka item/ pertanyaan Pembelajaran seluruhnya valid.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Kualitas pelayanan adalah sebagai berikut ini.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Kualitas pelayanan

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r Hitung	Status
Kual1	0,469	0,264	Valid
Kual2	0,648	0,264	Valid
Kual3	0,736	0,264	Valid
Kual4	0,597	0,264	Valid
Kual5	0,596	0,264	Valid

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 2, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kualitas pelayanan memiliki status valid, karena nilai *corrected item-total correlation* > 0,264 maka item/ pertanyaan Kualitas pelayanan seluruhnya valid.

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Kepuasan adalah sebagai berikut ini.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Kepuasan

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r Hitung	Status
Kep1	0,533	0,264	Valid
Kep2	0,694	0,264	Valid
Kep3	0,743	0,264	Valid
Kep4	0,737	0,264	Valid
Kep5	0,455	0,264	Valid

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 3, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kepuasan memiliki status valid, karena nilai *corrected item-total correlation* > 0,264 maka item/ pertanyaan Kepuasan seluruhnya valid. Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas variabel Loyalitas adalah sebagai berikut ini.

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Loyalitas

Item	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r Hitung	Status
Loy1	0,638	0,264	Valid
Loy2	0,481	0,264	Valid
Loy3	0,767	0,264	Valid

Loy4	0,664	0,264	Valid
------	-------	-------	-------

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel 4, maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Loyalitas memiliki status valid, karena nilai *corrected item-total correlation* > 0,264 maka item/ pertanyaan Loyalitas seluruhnya valid.

Koefisien reliabilitas instrumen dimaksudkan untuk melihat konsistensi jawaban butir-butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Adapun alat analisisnya menggunakan metode belah dua (*split half*) dengan mengkorelasikan total skor ganjil lawan genap, selanjutnya dihitung reliabilitasnya menggunakan rumus "*Alpha Cronbach*".

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	r _{alpha}	r _{kritis}	Status
1	Pembelajaran	0,660	0,600	Reliabel
2	Kualitas pelayanan	0,814	0,600	Reliabel
3	Kepuasan	0,826	0,600	Reliabel
4	Loyalitas	0,813	0,600	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah.

Jadi hasil koefisien reliabilitas instrument Pembelajaran, Kualitas pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas ternyata memiliki nilai "*Alpha Cronbach*" lebih besar dari 0,600, yang berarti keempat instrumen dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Tabel 6
Hasil Pengujian Kelayakan Model Structural Equation Model (SEM)

Kriteria	Cut-Off-Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
χ^2 (<i>Chi-Square</i>)	Diharapkan kecil	118,986	Baik
Probability	≥ 0,05	.256	Baik
RMSEA	≤ 0,08	.018	Baik
CMIN/DF	≥ 2,00	1.046	Baik
GFI	≥ 0,90	.915	Baik
AGFI	≥ 0,90	.890	Marginal
TLI	≥ 0,95	.996	Baik
CFI	≥ 0,95	.998	Baik

Sumber: Data primer yang diolah

Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang digunakan dapat diterima. Indeks pengukuran TLI, CFI, CMIN/DF dan RMSEA berada dalam rentang nilai yang diharapkan meskipun AGFI diterima secara marginal. Dengan demikian uji kelayakan model SEM sudah memenuhi syarat penerimaan.

Pengujian selanjutnya adalah melihat tingkat normalitas data yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini adalah dengan mengamati nilai skewness data yang digunakan, apabila nilai CR pada skewness data berada pada rentang antara + 2.58 atau berada pada tingkat signifikansi 0.01. Hasil pengujian normalitas data ditampilkan pada Tabel 7

Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio skewness value* dan *kurtosis value*, dimana nilai kedua ratio yang memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai mutlak 2,58, berarti data tersebut berdistribusi normal. Dari hasil pengolahan data yang ditampilkan pada Tabel 7 terlihat bahwa tidak

terdapat nilai C.R. untuk *skewness* yang berada diluar rentang ± 2.58 . Dengan demikian maka data penelitian yang digunakan telah memenuhi persyaratan normalitas data, atau dapat dikatakan bahwa data penelitian telah terdistribusi normal.

Pengujian data selanjutnya adalah untuk melihat apakah terdapat multikolinearitas dan singularitas dalam sebuah kombinasi variabel. Indikasi adanya multikolinearitas dan singularitas dapat diketahui melalui nilai determinan matriks kovarians yang benar-benar kecil, atau mendekati nol. Dari hasil pengolahan data nilai determinan matriks kovarians sample adalah:

$$\text{Determinant of sample covariance matrix} = .005 > 0$$

Dari hasil pengolahan data tersebut dapat diketahui nilai *determinant of sample covariance matrix* berada jauh dari nol. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data penelitian yang digunakan tidak terdapat multikolinearitas dan singularitas.

Tabel 7
Normalitas Data

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
LOY4	1,000	5,000	-,442	-3,492	,647	-2,556
LOY3	2,000	5,000	-,211	-1,669	,107	,423
LOY2	2,000	5,000	-,125	-,990	-,059	-,233
LOY1	1,000	5,000	-,278	-2,199	,296	1,171
KEP5	1,000	5,000	-,238	-1,878	-,187	-,741
KEP4	1,000	5,000	-,392	-3,102	-,090	-,354
KEP3	1,000	5,000	-,187	-1,477	-,245	-,970
KEP2	1,000	5,000	-,167	-1,321	-,529	-2,093
KEP1	1,000	5,000	-,162	-1,279	-,602	-2,378
KUAL5	1,000	5,000	-,236	-1,869	-,009	-,034
KUAL4	2,000	5,000	-,365	-2,884	,141	,558
KUAL3	2,000	5,000	-,015	-,115	-,346	-1,367
KUAL2	1,000	5,000	-,200	-1,579	-,294	-1,163
KUAL1	2,000	5,000	-,592	-4,679	,414	1,636
PEMB5	1,000	5,000	-,127	-1,003	-,701	-2,770
PEMB4	1,000	5,000	-,593	-4,685	,374	1,479
PEMB3	1,000	5,000	-,903	-7,136	,782	-3,090
PEMB2	2,000	5,000	-,377	-2,979	-,087	-,343
PEMB1	1,000	5,000	-,738	-5,838	,621	2,455
Multivariate					14,012	1,771

Sumber: Data primer yang diolah

Setelah semua asumsi dapat dipenuhi, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis sebagaimana diajukan pada bab sebelumnya. Untuk melakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan, dilakukan dengan menganalisis *regression weights* untuk masing-masing konstruk eksogennya terhadap konstruk endogennya. Dengan melihat nilai C.R yang identik dengan t-hitung, pada hasil pengolahan dibandingkan dengan nilai kritisnya yaitu $\pm 1,96$ pada tingkat signifikansi 0,05 (5%).

Dari hasil pengujian diperoleh bahwa semua nilai CR berada diatas 1,96 atau dengan probabilitas

yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian semua hipotesis diterima.

Pembelajaran berpengaruh positif terhadap kepuasan”. Hasil uji terhadap koefisien parameter estimasi untuk pengujian pengaruh yang merupakan hubungan antara dua variabel yang dihipotesiskan (pembelajaran dengan kepuasan) menunjukkan nilai koefisien parameter estimasi sebesar 0,313 dan nilai CR 2.928 dengan probabilitas 0,003. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan.

Tabel 8
Regression Weight Structural Equational Model

Variabel	Estimate	S.E.	C.R.	P
Kepuasan_(Y1) <--- Pembelajaran_(X1)	.313	.107	2.928	.003
Kepuasan_(Y1) <--- Kualitas_Pelayanan_(X2)	.453	.101	4.473	.000
Loyalitas_(Y2) <--- Kepuasan_(Y1)	.495	.090	5.496	.000

Sumber: Data primer yang diolah

Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Hasil uji terhadap koefisien parameter estimasi untuk pengujian pengaruh yang merupakan hubungan antara dua variabel yang dihipotesiskan (kualitas pelayanan dengan kepuasan) menunjukkan nilai koefisien parameter estimasi sebesar 0,453 dan nilai CR 4,473 dengan probabilitas 0,000. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan.

Kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Hasil uji terhadap koefisien parameter estimasi untuk pengujian pengaruh yang merupakan hubungan antara dua variabel yang dihipotesiskan (kepuasan dengan loyalitas) menunjukkan nilai koefisien parameter estimasi sebesar 0,495 dan nilai CR 5,496 dengan probabilitas 0,000. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa. Hasil uji hipotesis penelitian memberikan kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Dengan demikian berarti pembelajaran berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel pembelajaran menggunakan indikator pengetahuan, antusiasme, media belajar, komunikasi, dan bimbingan kesulitan belajar mahasiswa. Hasil dari penelitian ini memperkuat pendapat dari Alma (2005, 100) bahwa semua rantai nilai yang ada dalam lembaga pendidikan, harus menciptakan nilai tambah bagi mahasiswa. Semua personil, serta proses pendidikan sebagai rantai nilai utama harus dapat memberikan kepuasan dalam layanan kepada para mahasiswa. Hasil dari penelitian ini

juga memperkuat penelitian dari Michael Guolla (1999).

Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Dengan demikian berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel kualitas pelayanan menggunakan indikator *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Hasil dari penelitian ini memperkuat penelitian dari Sutino dan Sumarno (2005), Moureen Margaretha (2004), Budi Agustiono dan Sumarno (2006), Buchari Alma et all (2007), Zurni Zahara Samosir (2005), Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006).

Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Dengan demikian berarti kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel kepuasan mahasiswa menggunakan indikator penelitian dari Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006). Indikator variabel kepuasan mahasiswa yang digunakan adalah sistem layanan, kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi, biaya yang tidak terlalu mahal, dan lulus tepat waktu. Hasilnya memperkuat penelitian dari Sutino dan Sumarno (2005), Moureen Margaretha (2004), Dyah Sugandini (2003), Budi Agustiono dan Sumarno (2006), Buchari Alma et all (2007). Sedangkan variabel loyalitas mahasiswa menggunakan indikator tidak berpindahannya mahasiswa ke universitas lain, rekomendasi, memiliki kepercayaan dan tidak terpengaruh dengan universitas lain.

DAFTAR PUSTAKA

1. Agustiono, Budi, dan Sumarno, 2006, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit*.
2. Alma Buchari, Rd. Dian H. Utama, Lili Adi Wibowo, 2007, *Analisis Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)*, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 138 – 151.
3. Alma, Buchari, 2005, *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*, Cetakan Kedua, Maret 2005, Alfabeta, Bandung.
4. Alma, Buchari, 2007, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Tinggi*, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 1 – 13.
5. Arbuckle, J. L., and Wothke, W., 1999, *Amos 4.0 User's Guide: SPSS*, Smallwaters Corporation.
6. Arikunto, Suharsimi, 2008, *Manajemen Penelitian*, Cetakan Keempat, Rineka Cipta, Jakarta.
7. Barata, Atep Adya, 2006, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Cetakan Ketiga, November 2006, Gramedia, Jakarta.
8. Bergin, Sarah, 1997, *Communication is the Key to Customer Success*, Transportation and Distribution, March: p.82 – 84.
9. Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard., 2005, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam, Jilid II, Binarupa Aksara, Jakarta.
10. Ferdinand, Augusty, 2006, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Penelitian Magister dan Disertasi Doktor*, BP UNDIP.
11. Gundersen, M.G., M. Heide, and U.H. Olsson, 1996, *Hotel Guest Satisfaction among Business Travellers*, Cornell H. R. A., Quarterly, 4: p. 72 – 80.
12. Guolla, Michael, 1999, *Assessing the Teaching Quality to Student Satisfaction Relationship: Applied Customer Satisfaction Research in The Classroom*, Journal of Marketing Theory and Practice, Summer, 1999; 7, 3; ABI/INFORM Global, University of Ottawa, p. 87 – 96.
13. Hair, J.F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C., 1995, *Multivariate Data Analysis*, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
14. 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.
15. 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.
16. Moureen Margaretha, 2004, *Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah)*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. III, no. 3, Desember 2004, p.289 – 308.
17. Muafi dan Yuni Siswanti, 2007, *Anteseden Ekuitas Merek Perguruan Tinggi: SEM dengan Pendekatan Two Step*, Manajemen Usahawan Indonesia, no. 03, TH XXXVI, Maret, 2007, p. 27 – 34.
18. Mushlih, Ahmad, dan Didik Suharsono, 2004, *Pendidikan dan Kemandirian: Studi Terserapnya Alumni Perguruan Tinggi dalam Masyarakat di Kabupaten Ponorogo*, p. 1 – 2.