

INDEKS RESPON MAHASISWA (*STUDENT RESPONSE INDEX*) TERHADAP KUALITAS KERELASIAN (*RELATIONSHIP QUALITY*) PADA MAHASISWA AKTIF JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DI SALAH SATU PTS JAKARTA BARAT

Saparso dan Robert Kristaung

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana

Diterima 05 Agustus 2008, Disetujui 10 September 2008

Abstract: *The purposes of this research is to test empirically the level of acceptance the level of refusal of the student response index on service quality, trust, emotional commitment, cognitive commitment, loyalty, integration into the academic system, integration into the social system, job commitment, family commitment, and commitment to non university activities to 116 students the management major in the Economic Departement of PTS in Jakarta Barat. The primary data originated in the questionnaire that was compiled by modifying RQSL (Relationship Quality Student Loyalty) the model from Hennig-Thurau, Langer and Hasen (2001) and the analysis of the the student response index by referring to Customer Response Index from Best (2001). Results of the research showed that thought in general the assessment of the student the Management may or was enough for most variables that were researched with the category of the highest assessment for the goal commitment, as well as that lowest for the cognitive commitment and the academic integration about the relationship quality in the School of Economics.*

Keywords: Relationship Quality Student Loyalty dan Relationship Quality

PENDAHULUAN

Gagasan lembaga pendidikan (tinggi) sebagai organisasi jasa mulai mendapat dukungan yang cukup luas. Untuk sekedar menyebut contoh, beberapa pakar yang pernah melakukan penelitian tentang pendidikan tinggi sebagai organsasi jasa, antara lain seperti Farrar dan Crabtree (1999), Snipes dan Thomson (1999) yang mengkaji sebagai bidang khusus dalam pemasaran jasa.

Kajian tentang hubungan antara perguruan tinggi dan mahasiswa umumnya diadaptasi dari konsep Morgan dan Hunt tentang teori kepercayaan dan komitmen dalam konteks proses belajar mengajar atau berdasarkan konstruk kepuasan mahasiswa dan berbagai peralatan pemasaran yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Gremier dan McCollough, 2002), optimalisasi tampilan perguruan tinggi di Internet dalam perspektif membangun hubungan antara mahasiswa dan perguruan tinggi. Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) mengangkat topik loyalitas mahasiswa sebagai kajian kunci untuk perguruan tinggi berdasarkan pertimbangan bahwa bagi kebanyakan perguruan tinggi, biaya kuliah (*tution fee*) merupakan sumber pendapatan utama

lembaga. Mempertahankan mahasiswa berarti membangun basis keuangan yang kokoh dan dapat diprediksi. Dalam pemasaran hubungan sudah diterima dalil bahwa membangun hubungan jangka panjang dengan mahasiswa merupakan bagian dari keunggulan bersaing, biaya mendapatkan mahasiswa baru lebih besar dibandingkan mahasiswa lama, dan efek pengurangan biaya umumnya memperpanjang siklus hidup kerelasiaan (*relationship life cycle*).

Dari teori pemasaran jasa tentang partisipasi pelanggan (Hennig-Thurau; Gwinner dan Gremler, 2002) diindikasikan bahwa loyalitas mahasiswa terhadap perguruan tingginya (sebagai faktor eksternal dalam proses produksi jasa) berpengaruh positif dari kualitas belajar mengajar (*learning process quality*) hingga partisipasi aktif dan perilaku komitmen. Belum lagi sebagai alumni, loyalitas mahasiswa akan berlanjut dalam bentuk dukungan keuangan (donasi), promosi (*word of mouth*), dan kerja sama lainnya (memberikan proyek/pekerjaan). Sehingga menjadi jelas bahwa loyalitas mahasiswa tidak terbatas saat mereka belajar, tetapi dampaknya akan lebih besar setelah mereka lulus.

Hunnig-Thurau, Langer dan Hansen (2001) menekankan bahwa menjaga dan memelihara perilaku membeli pelanggan yang tidak loyal akan membuat sumber daya penyedia jasa menjadi lebih efisien. Apalagi bagi penyedia jasa yang memiliki karakteristik *high-contact services*. Kajian pada industri jasa dengan menggunakan perspektif pemasaran hubungan cukup luas telah dilakukan seperti pada industri asuransi (jiwa), lembaga keuangan dan perbankan, restoran, penerbangan dan hotel (Jasfar, 2002).

Penelitian tentang model dan pengelolaan loyalitas mahasiswa berbasis konsep kualitas kerelasiaan yang paling akhir dilakukan oleh (Jasfar, 2007). Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan komitmen emosional mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Komitmen emosional mahasiswa secara signifikan dipengaruhi secara langsung oleh kepercayaan dan tidak secara langsung melalui kualitas pelayanan yang diterima oleh mahasiswa.

Penelitian tersebut juga tidak berhasil membuktikan secara signifikan kontribusi dari integrasi akademik dan sosial terhadap komitmen emosional mahasiswa. Demikian juga dengan tiga komitmen eksternal mahasiswa yang cukup penting pengaruhnya terhadap komitmen emosional mahasiswa yaitu komitmen kerja, komitmen keluarga dan komitmen aktivitas ekstra kampus secara empiris tidak signifikan. Variabel lainnya yang gagal dibuktikan juga adalah pengaruh komitmen kognitif terhadap komitmen emosional mahasiswa. Beranjak dari pemikiran tersebut dilakukan kajian ulang dengan menggunakan alat analisis yang berbeda yaitu analisis indeks respons mahasiswa (*Student Response Index Decision*) yang merupakan adopsi dari teknik yang dikembangkan oleh Best (2000) untuk melihat respon konsumen terhadap berbagai peralatan komunikasi pemasaran yang digunakan.

Loyalitas mahasiswa terhadap lembaga pendidikan tidak hanya berdasarkan pada jasa (pendidikan) yang diterimanya tetapi juga memiliki dampak positif terhadap sikap kognitif terhadap lembaga, yang menjadi salah satu pendorong motivasi mahasiswa untuk loyal terhadap lembaga. Komponen perilaku dari loyalitas mahasiswa dapat dipandang sebagai hal krusial ketika terjadi perbedaan antara loyalitas, retensi dan perilaku membeli ulang.

Dengan demikian penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris bagaimana tingkat penerimaan dan tingkat penolakan indeks respon mahasiswa atas kualitas jasa, kepercayaan, komitmen emosional, komitmen kognitif, loyalitas mahasiswa, integrasi mahasiswa pada sistem akademik, integrasi mahasiswa pada sistem sosial, komitmen pekerjaan (*job commitment*), dan komitmen keluarga serta komitmen mahasiswa atas aktivitas ekstra universitas di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi pada salah satu PTS di Jakarta Barat.

Loyalitas Mahasiswa berdasarkan Perspektif Pemasaran Kerelasiaan

Sebagai sebuah konsep teoritis mengenai loyalitas mahasiswa yang diadopsi dari loyalitas pelanggan untuk organisasi laba, belum mendapat kesepakatan yang bulat dari berbagai para ahli. Masih terdapat pro dan kontra penggunaan konsep tersebut untuk lembaga pendidikan yang tidak berorientasi lama. Sekali pun disadari bahwa dalam pengelolaannya prinsip-prinsip manajemen modern sudah tidak dapat dielakkan harus dilaksanakan untuk majunya sebuah institusi pendidikan, termasuk pendidikan tinggi yang berbentuk universitas.

Namun dikaitkan untuk kesinambungan suatu perguruan tinggi (*survival*) mau tidak mau persoalan loyalitas mahasiswa dari perspektif ekonomi, khususnya pemasaran merupakan suatu hal yang kita harus diterima sebagai suatu kenyataan. Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) menyebutkan konsep ini sebagai RSQL (*Relationship Quality-based Student Loyalty*) atau bila diartikan secara bebas kualitas hubungan berbasis loyalitas mahasiswa adalah suatu konsep yang cukup menarik untuk dikaji ulang pada tataran teoritis yang bertumpu pada pemasaran hubungan maupun empiris sebagai upaya untuk meningkatkan kinerja organisasi.

Isyu kedua yang berhubungan dengan terminologi mahasiswa dan interpretasi dalam konteks loyalitas adalah keunggulan lembaga pendidikan dapat menjadi faktor penting bagi keberhasilan institusi atau lembaga pendidikan tinggi. Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) mengartikan secara operasional loyalitas mahasiswa adalah sikap perilaku mahasiswa aktif dan mantan mahasiswa yang loyal terhadap lembaga pendidikannya.

Menurut Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) penelitian tentang loyalitas mahasiswa didominasi oleh Vincent Tinto (1975) tentang model perilaku mahasiswa putus kuliah yang mencoba melihat aspek interaksi mahasiswa dengan perguruan tinggi (universitas). Model inti yang coba digali adalah faktor predisposisi individual mahasiswa seperti latar belakang keluarga, ketrampilan dan kemampuan akademik mahasiswa, asal sekolah, dan sebagainya yang mempengaruhi komitmen dan integrasi mahasiswa terhadap perguruan tingginya.

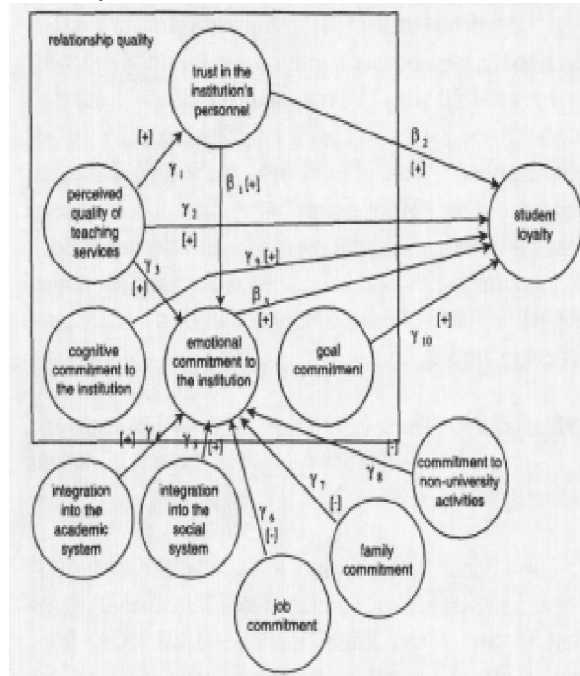
Dalam model tersebut Tinto, lebih jauh dijelaskan oleh Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) bahwa komitmen dan konstruk integrasi saling kait mengkait sebagai

sebuah proses yang dinamis. Tinto melihat bahwa komitmen sebagai suatu konstruk mempengaruhi langsung terhadap loyalitas, di mana hubungan antara integrasi dan loyalitas dimoderasi oleh komitmen.

Integrasi mahasiswa dengan sistem sosial dan akademik universitas memainkan peranan kunci dalam membangun komitmen mahasiswa. Tinto membagi komitmen mahasiswa atas tiga bagian yaitu: (a). Komitmen mahasiswa itu sendiri sesuai dengan tujuan studi atau disebut *goal commitment*; (b). Komitmen kelembagaan yaitu komitmen mahasiswa terhadap universitas; dan (c). Komitmen eksternal yang merefleksikan hubungan mahasiswa dengan aktivitas dan keterkaitan dengan lingkungan bukan kampus.

Tinto melihat komitmen eksternal memiliki pengaruh negatif terhadap loyalitas mahasiswa. Model Tinto sendiri sering digunakan sebagai basis teoritis untuk penelitian lanjutan dan menjadi bentuk dasar dari program atau strategi loyalitas yang digunakan oleh beberapa perguruan tinggi di Amerika Serikat.

Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) dengan membangun model baru yang disebutnya RQSL model (*Relationship Quality Student Loyalty*) yaitu pendekatan terpadu untuk mengurangi kelemahan pendekatan individual sebelumnya untuk dapat menjelaskan dengan lebih baik tentang loyalitas mahasiswa. Dalam model ini, loyalitas mahasiswa ditentukan secara langsung oleh tiga konstruk yaitu kualitas jasa yang bersumber dari aktivitas proses belajar mengajar, kepercayaan (mahasiswa terhadap pegawai, dosen, manajemen fakultas atau universitas) dan komitmen mahasiswa itu sendiri terhadap lembaga. Model RQSL juga memperhitungkan agar pemahaman atas loyalitas mahasiswa menjadi lebih baik.



Gambar 1. Model Kualitas Kerelasiaan Berbasis Loyalitas Mahasiswa

Sumber: Hennig-Thurau, Langer dan Hasen, 2001: 336.

Pada level yang dasar, studi Boulding *et al.* (1993) mendukung asumsi bahwa kualitas jasa memiliki relevansi terhadap loyalitas pelanggan untuk diterapkan pada konteks lembaga pendidikan. Penelitian Boulding *et al.* lebih menekankan pada *perceived quality* secara menyeluruh memiliki hubungan yang positif dan berimplikasi signifikan terhadap intensitas perilaku mahasiswa, tetapi Boulding *et al.* tidak menggali struktur hubungan atau kekuatan kualitas hubungan itu sendiri.

Morgan dan Hunt (1994) mengungkapkan bahwa kepercayaan pelanggan terhadap pegawai penyedia jasa harus dipahami sebagai unsure menambah keyakinan bagi pelanggan bahwa penyedia jasa memiliki integritas dan dapat diandalkan. Dengan demikian dapat diterima bahwa kepercayaan mempengaruhi loyalitas mahasiswa. Komitmen mahasiswa terhadap lembaga pendidikan adalah konstruk berikutnya yang termasuk konstruk yang menentukan terhadap loyalitas mahasiswa dalam model RQSL. Berdasarkan kajian teoritis sebelumnya diketahui bahwa komitmen memiliki dimensi kognitif dan dimensi emosional. Diketuinya kedua dimensi tersebut menjadi variabel yang berdiri sendiri karena menurut Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) tidak ada korelasi antara komitmen kognitif dengan komitmen emosional.

Karakteristik jasa pendidikan yang bersifat jangka panjang dan adanya kebutuhan pembelajaran pelanggan yang ekstensif dan mahasiswa sendiri aktif sebagai ko-prosedur, biasanya mahasiswa menghadapi berbagai tantangan eksternal dalam penyelesaian studinya. Pengaruh eksternal ini dapat disederhanakan dengan mereformulasi tujuan (*goal*) mahasiswa dan mengevaluasi ulang kualitas hubungan lainnya. Komitmen ini memiliki dampak positif yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

Dalam model RQSL, komitmen emosional menjadi faktor perantara lainnya di luar variabel yang telah dikemukakan dalam hipotesis pertama hingga kelima. Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) kembali dengan merujuk hasil penelitian yang dilakukan oleh Tinto (1975, 1993) mengemukakan bahwa komitmen mahasiswa adalah faktor yang paling menentukan bagi mahasiswa untuk berintegrasi dengan sistem universitas. Faktor integrasi ini dalam prosesnya mengambil dua cara. Pertama, partisipasi aktif mahasiswa dalam berbagai kegiatan kepanitiaan dan sosial yang dilakukan oleh universitas (termasuk didalamnya integrasi akademik), dan kedua, pertemanan dan penerimaan mahasiswa senior terhadap mahasiswa junior (termasuk integrasi sosial). Tinto berargumentasi semakin tinggi level pendidikan, maka integrasi mahasiswa kedalam sistem universitas meningkatkan daya dorong antara mahasiswa dan kelembagaan secara akademik. Khususnya dengan sistem sosial dan akademik secara kelembagaan. Dorongan ini dapat berbentuk antara lain kemampuan dan ketrampilan serta sistem nilai mahasiswa dan ekspektasi universitas, daya tampung dan nilai-nilai normatif atau akademik yang dikembangkan oleh universitas.

Sekalipun demikian, tingkat komitmen emosional mahasiswa atas kelembagaan akademik terlihat pada aktivitas dan tanggung jawab kedua belah pihak (mahasiswa dan lembaga pendidikan) Sebagai konsekuensinya harus dipertimbangkan pengaruh negatif komitmen eksternal mahasiswa atas komitmen emosional mahasiswa (Hennig-Thurau, Langer dan Hasen, 2001). Komitmen eksternal mahasiswa sebagai konstruk harus dipandang sebagai meta-konsep dengan tiga aspek secara umum tercakup didalamnya yaitu *job commitment*, komitmen keluarga, dan komitmen

mahasiswa atas berbagai aktivitas yang tidak berhubungan dengan aktivitas kampus (*non-university activities*). Ketiga komitmen eksternal ini saling bersaing dengan unsur komitmen yang dibangun dalam lingkungan kampus itu sendiri, khususnya dari segi waktu dan aktivitas mahasiswa, memberikan pilihan kepada mahasiswa antara berbaaur dengan kalangan kampus atau di luar kampus selama masa studinya. Pilihan alokasi mahasiswa antara universitas, keluarga, pekerjaan, dan aktivitas non-universitas tergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh mahasiswa, suatu dampak negatif dari komitmen eksternal atas komitmen emosional kemungkinan akan terjadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian deskriptif yang karena penelitian tidak melakukan pengujian hipotesis, tetapi hanya melihat indeks respons mahasiswa terhadap perguruan tingginya. Data primer yang bersumber dari kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa aktif Jurusan Manajemen FE. Untuk validitas dan keterandalan hasil kuesioner tersebut dilakukan dengan cara pengujian analisis faktor dengan patokan yang mendapat nilai koefisien lebih dari 0.30 dinyatakan valid dan uji keterandalan (*reliability*) dengan menggunakan Alpha *Cronbach* dengan pedoman yang mendapat koefisien lebih dari 0.70, instrumen dinyatakan dapat diandalkan.

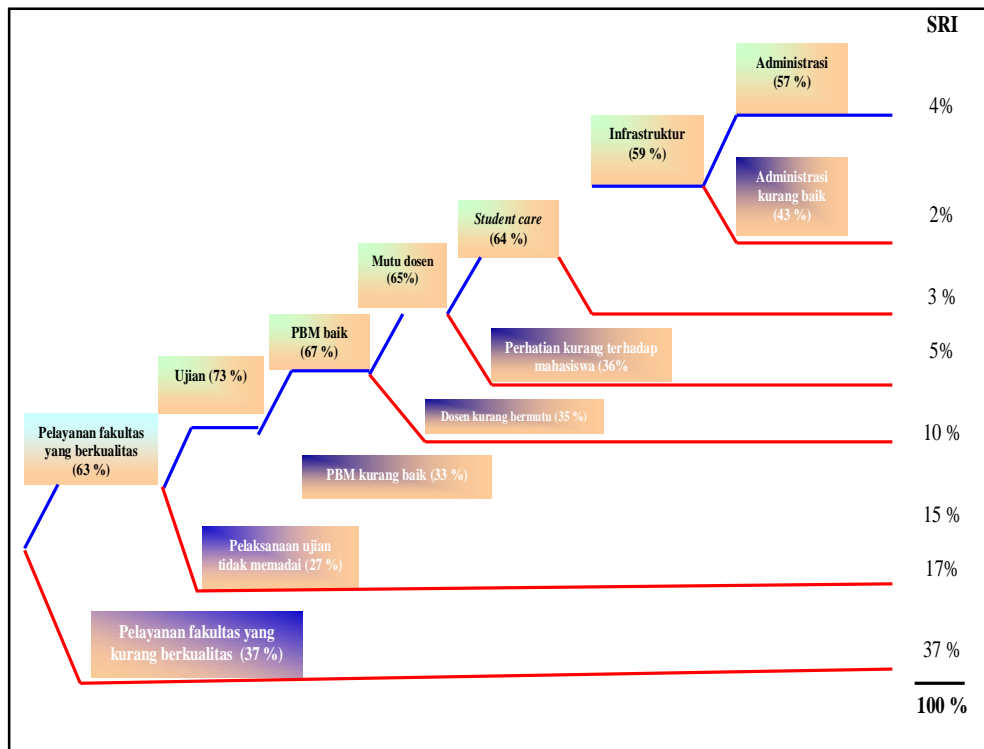
Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis indeks respons mahasiswa (*Student Response Index Decision*) dengan merujuk pada *Customer Response Index* yang dikembangkan oleh Best (2001). Tahapan penghitungan dilakukan dengan mencari nilai rata-rata dari setiap indikator. Berdasarkan nilai rata-rata tersebut dilakukan proses indeks respon mahasiswa. Sebagai contoh diberikan ilustrasi perhitungan dan tampilan indeks respon mahasiswa untuk kualitas pelayanan PBM (proses belajar mengajar) seperti dipaparkan berikut ini.

TABEL 1: PENILAIAN MAHASISWA TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PBM DI FE

Indikator	Nilai Skor	Total Skor	Hasil Skor	Peringkat
1. Dosen	525	812	0.647	3
2. Infrastruktur	478	812	0.589	5
3. PBM	543	812	0.669	2
4. <i>Student care</i>	518	812	0.638	4
5. Ujian	547	812	0.674	1
6. Administrasi	465	812	0.573	6
Rata-rata skor			0.631	

Jika skor penilaian mahasiswa pada variabel kualitas pelayanan, ditelaah lebih jauh dengan menggunakan analisis indeks respons mahasiswa (*Student Response Index Decision*) untuk mengetahui proporsi penolakan mahasiswa seperti pada Gambar 1 di bawah, nampak bahwa pelaksanaan pelayanan atas proses belajar mengajar,

termasuk administrasi akademik dan keuangan yang dilakukan oleh jurusan, memiliki indeks respons penerimaan sebesar 4% di dalam menerima pelaksanaan pelayanan akademik dan administrasi.



Gambar 1. Indeks Respon Mahasiswa (*Student Response Index*) terhadap Kualitas Pelayanan

Gambar indeks respon tersebut memberikan indikasi bahwa baru sebagian kecil mahasiswa ada keinginan yang berbeda dalam memandang kualitas pelayanan dijadikan prioritas saat ini dan penolakan terhadap pelaksanaan kualitas pelayanan sebesar 37%, artinya terdapat 37% dari sebaran mahasiswa tidak terlalu memandang penting kualitas pelayanan akademik dan administrasi yang dilakukan oleh jurusan/fakultas.

Analisis Indeks Respon Mahasiswa terhadap Kualitas Kerelasiaan

Penilaian mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, memperlihatkan indikator pelaksanaan ujian selalu berjalan dengan baik dan tepat waktu, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 67.4 %, diikuti oleh kemampuan mengajar dan kompetensi staf akademik/pengajar sangat baik sebesar 64.7 %, proses belajar mengajar sebesar 66.9 %, perhatian terhadap mahasiswa (*student care*) sebesar 63.8%, infrastruktur fakultas menunjang kebutuhan belajar mahasiswa sebesar 58.9% dan pelayanan administrasi akademik/keuangan tidak menyulitkan mahasiswa dengan kontribusi terkecil yaitu

sebesar 57.3 %. Rendahnya indeks respons mahasiswa (*Student Response Index Decision*) untuk respons penerimaan sebesar 4% atas pelaksanaan pelayanan akademik dan administrasi memberikan pemahaman bahwa kualitas pelayanan masih dirasakan rendah oleh kalangan mahasiswa.

Selanjutnya untuk penilaian mahasiswa atas loyalitas mereka terhadap fakultas/universitas dengan skor tingkat penilaian pada setiap indikator, tercermin dari segi pilihan studi yang tepat, ada kebanggaan atas pilihan studi, kesediaan memberikan rekomendasi dan aktif sebagai alumni yang selalu loyal terhadap kampusnya. Hasilnya indeks respons penerimaan yang dicapai sebesar 9%. Dengan kata lain dapat diketahui bahwa belum terlalu banyak mahasiswa yang terbentuk loyalitasnya dalam kategori sangat loyal (*heavy*), karena terdapat penolakan terhadap loyalitas mahasiswa sebesar 32% dari sebaran mahasiswa yang memandang tidak penting mengenai loyalitas terhadap almamaternya.

Argumentasi hasil penelitian ini, memiliki relevansi dengan penelitian Lu Ting Pong dan Tang Pui Yee (2001) bahwa loyalitas adalah penekanan perhatian pada perilaku pelanggan yang melakukan pembelian ulang atas jasa yang dikonsumsi atau dibelinya. Lu Ting Pong dan Tang Pui Yee (2001: 4) mengemukakan loyalitas sebagai, "*The willingness of customer to consistently re-patronize the same service provider/service company, that maybe the first choice among alternatives, thereby complying with actual behavioral outcomes and attaching with favorable attitude and cognition, regardless of any situational influences and marketing efforts made to induce switching behavior*". Penilaian mahasiswa atas kepercayaan mereka terhadap fakultas/universitas pada indikator staf yang memiliki integritas memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 66.1 %, diikuti oleh staf pengajar yang memperhatikan kepentingan mahasiswanya (misal PA, bersedia konsultasi tanpa birokrasi yang kaku) sebesar 62.4 %, percaya sepenuhnya kepada staf administrasi jurusan/fakultas sebesar 60.3 %, dan staf administrasi/akademik selalu dapat dipegang janjinya dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 57.8%.

Proporsi penolakan mahasiswa yang tercermin pada integritas dosen, kesediaan dosen selalu melayani mahasiswa serta adanya dukungan staf administrasi yang memadai, memiliki indeks respons penerimaan sebesar 9%, sehingga dapat diketahui bahwa banyak mahasiswa yang belum yakin akan faktor *trust* terhadap fakultas/universitas, dan indeks respons mahasiswa terdapat penilaian negatif terhadap kepercayaan sebesar 38% mahasiswa memandang fakultas/universitas belum terlalu dapat dipercaya sebagai lembaga pendidikan tinggi yang handal. Bandingkan dengan penelitian ini dari Morgan dan Hunt (1994) serta Garbarino dan Johnson (1996) bahwa kepercayaan mengacu kepada keyakinan konsumen atas kualitas dan keterandalan jasa yang diberikan.

Untuk melihat penilaian mahasiswa pada indikator variabel komitmen emosional nampak bahwa ada kebanggaan bahwa mahasiswa mampu atau bisa kuliah di perguruan tinggi tersebut, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 64.8 %, diikuti oleh perasaan bangga mahasiswa bisa kuliah pada program studi/jurusan yang dipilihnya sekarang sebesar 63.9 %, mahasiswa merasa menjadi bagian yang utuh atau terintegrasi dengan universitas sebesar 59.4 %, dan menjadi bagian yang utuh atau terintegrasi dengan fakultas sebesar 57.9%. Hasilnya adalah indeks respons penerimaan sebesar

9% untuk komitmen emosional, dan indeks respon penolakan sebesar 38% dari mahasiswa yang memandang universitasnya bukan perguruan tinggi yang dapat dibanggakan secara emosional.

Argumentasi hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Morgan and Hunt (1994) bahwa komitmen dalam suatu kegiatan pertukaran (*social exchange*) sangat penting artinya untuk kelangsungan hubungan satu sama lain, karena dengan adanya komitmen di antara kedua pihak, berarti mereka berusaha mempertahankan rasa saling mempercayai ini agar menjamin suatu hubungan jangka panjang yang menguntungkan kedua belah pihak.

Berikutnya adalah penilaian mahasiswa terhadap komitmen kognitif mereka terhadap fakultas/universitas bahwa mereka memilih FE atau universitas karena sesuai dengan minat studi, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator komitmen emosional, dibandingkan dengan indikator lainnya, sehingga dapat diindikasikan bahwa, tingkat penilaian mahasiswa dalam mengartikulasikan komitmen kognitif pada penelitian ini, substansinya terletak pada adanya kesadaran yang kuat mengenai pilihan bintang studi yang tepat dan perguruan tinggi yang sesuai dengan harapan mereka.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa pada setiap indikator variabel komitmen kognitif ini tersebut, nampak bahwa mahasiswa memilih FE atau universitas karena sesuai dengan minat studi, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 56.9 %, diikuti oleh jawaban memilih FE atau universitas hanya berdasarkan pertimbangan praktis semata sebesar 53.0 %, dan memilih FE atau universitas tersebut karena saran dari teman dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 45.7%. Proporsi penilaian mahasiswa atas komitmen kognitif mahasiswa yang tercermin pada memilih FE atau universitas tersebut karena sesuai dengan minat studi, memiliki indeks respons penerimaan sebesar 7%, dan penolakan terhadap komitmen kognitif sebesar 48% dari sebaran mahasiswa memilih bidang studi yang tidak sesuai dengan minat dan kemampuan mereka yang sesungguhnya.

Penilaian mahasiswa atas komitmen tujuan (*goal*) mereka dengan mengambil kuliah, maka dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, nampak indikator kedua bahwa mereka melakukan penyesuaian mata kuliah pilihan/konsentrasi sesuai dengan target keahlian yang ingin dicapainya, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator komitmen tujuan, dibandingkan dengan indikator pertama, sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penilaian mahasiswa dalam mengartikulasikan komitmen tujuan pada penelitian ini, substansinya terletak pada adanya penyesuaian iklim belajar di perguruan tinggi. Kategori penilaian mahasiswa pada setiap indikator variabel komitmen tujuan ini, nampak bahwa mahasiswa melakukan penyesuaian mata kuliah pilihan/konsentrasi sesuai dengan target keahlian yang ingin dicapai, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 70.1 %, dan selalu menyesuaikan pencapaian prestasi studi sesuai dengan target keahlian yang ingin dicapainya dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 68.7%. Hasilnya adalah indeks respons penerimaan sebesar 33%, dan penolakan terhadap komitmen tujuan sebesar 31% dari mahasiswa yang tidak melakukan penyesuaian mata kuliah pilihan/konsentrasi sesuai dengan target keahlian yang ingin dicapai.

Argumentasi hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Allen dan Meyer (1990) bahwa komitmen sebagai suatu konstruk yang multi-komponen. Selama ini umumnya komitmen lebih banyak dilihat dari segi afeksi. Namun untuk penelitian pemasaran kereliasian tidak cukup hanya melihat dari segi afeksi semata, karena menurut Fullerton dan Taylor (2000) konsumen memiliki sejumlah perasaan atas hubungan mereka dengan penyedia jasa (*service provider*) yang merefleksikan komitmen afeksi, komitmen berkelanjutan dan komitmen normatif.

Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) menyatakan dengan mempertimbangkan karakteristik jasa pendidikan, terutama dalam pemahaman kualitas hubungan, perlu dilakukan perluasan dimensi atau variabel lainnya yaitu komitmen mahasiswa itu sendiri dalam mencapai cita-citanya di masa mendatang. Karakteristik jasa pendidikan yang bersifat jangka panjang dan adanya kebutuhan pembelajaran pelanggan yang ekstensif dan mahasiswa sendiri aktif sebagai ko-prosedur, biasanya mahasiswa menghadapi berbagai tantangan eksternal dalam penyelesaian studinya. Pengaruh eksternal ini dapat disederhanakan dengan mereformulasi tujuan (*goal*) mahasiswa dan mengevaluasi ulang kualitas kereliasian lainnya.

Penilaian mahasiswa atas komitmen aktivitas ekstra kampus, dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, bahwa mereka masih dapat meneruskan hobinya tanpa mengganggu tugas-tugas perkuliahan, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator komitmen aktivitas ekstra kampus, dibandingkan dengan indikator kedua, sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat penilaian mahasiswa dalam mengartikulasikan komitmen aktivitas ekstra kampus pada penelitian ini, substansinya terletak pada adanya upaya mendapatkan keseimbangan antara kuliah dan aktivitas non-kuliah di luar kampus.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa dari kedua indikator variabel komitmen aktivitas ekstra kampus ini, nampak bahwa mahasiswa masih dapat meneruskan hobinya tanpa mengganggu tugas-tugas perkuliahan, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 65.6 %, dan mereka yang memandang antara kuliah dan aktivitas luar kampus sama pentingnya dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 62.9%. Skor penilaian mahasiswa pada variabel komitmen kegiatan luar kampus memiliki indeks respons penerimaan sebesar 27%, sehingga berdasarkan indeks tersebut, dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kesadaran yang cukup baik sesuai aktivitas luar kampus tetap dilakukan tanpa mengorbankan prestasi akademik mereka, sedangkan berdasarkan indeks respons mahasiswa tersebut terdapat penolakan terhadap komitmen aktivitas luar kampus sebesar 36%, artinya terdapat 36% dari sebaran mahasiswa yang lebih mengutamakan aktivitas luar kampus ketimbang memprioritaskan studi mereka.

Argumentasi hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) menyatakan bahwa komitmen aktivitas luar kampus sebagai salah satu komitmen eksternal mahasiswa sebagai konstruk harus dipandang sebagai meta-konsep dengan yang tidak berhubungan dengan aktivitas kampus (*non-university activities*). Komitmen eksternal ini memberikan pilihan kepada mahasiswa antara berbaur dengan kalangan kampus atau di luar kampus selama masa studinya. Pilihan alokasi mahasiswa antara universitas dan aktivitas non-universitas tergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh mahasiswa.

Penilaian mahasiswa atas komitmen keluarga, maka dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, nampak indikator pertama bahwa mereka memiliki hubungan yang erat dengan keluarga (orang tua) sepanjang studi di FE, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator komitmen keluarga, dibandingkan dengan dua indikator lainnya, sehingga dapat diindikasikan bahwa tingkat mahasiswa FE memiliki kehidupan keluarga yang cukup baik sepanjang mereka studi di kampus.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa dari ketiga indikator variabel komitmen keluarga, nampak bahwa mahasiswa memiliki hubungan yang erat dengan keluarga (orang tua) sepanjang studi di FE, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 69.5 %, keluarga (orang tua) hanya memperhatikan seperlunya hasil studi mahasiswa setiap semester atau akhir tahun akademik sebesar 61.7% dan berkomunikasi dengan keluarga (orang tua) hanya pada saat butuh pembiayaan yang berhubungan dengan perkuliahan dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 43.5%. Skor penilaian mahasiswa pada variabel komitmen keluarga memiliki indeks respons penerimaan sebesar 11%, sehingga berdasarkan indeks tersebut, dapat diketahui bahwa keluarga mahasiswa memiliki kesadaran pentingnya memperhatikan hasil proses belajar anak mereka masih terbatas, sedangkan berdasarkan indeks respons mahasiswa tersebut terdapat penolakan terhadap komitmen keluarga sebesar 42% dari sebaran mahasiswa yang pihak keluarga tidak begitu memberikan perhatian yang cukup kepada anaknya selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi.

Argumentasi hasil penelitian ini relevan dengan pendapat Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) yang menyatakan bahwa komitmen keluarga sebagai salah satu komitmen eksternal mahasiswa sebagai konstruk harus dipandang sebagai meta-konsep dengan tiga aspek secara umum tercakup didalamnya yaitu komitmen pekerjaan, komitmen keluarga, dan komitmen mahasiswa atas berbagai aktivitas yang tidak berhubungan dengan aktivitas kampus (*non-university activities*). Ketiga komitmen eksternal ini saling bersaing dengan unsur komitmen yang dibangun dalam lingkungan kampus itu sendiri. Pilihan alokasi mahasiswa antara universitas dan keluarga tetap tergantung pada sumber daya yang dimiliki oleh mahasiswa dan keluarganya.

Penilaian mahasiswa atas komitmen kerja, maka dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, nampak indikator kedua bahwa mereka tetap menyelesaikan keserjanaan lebih dulu, baru kemudian bekerja, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator komitmen keluarga, dibandingkan dengan dua indikator lainnya, sehingga dapat diindikasikan bahwa kesadaran mahasiswa FE cukup baik tentang pentingnya menyelesaikan studi lebih utama dibandingkan dengan mencari kerja. Sekalipun pada saat ini diketahui tingkat persaingan lapangan kerja semakin tajam untuk para lulusan perguruan tinggi dari berbagai strata pendidikan.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa dari ketiga indikator variabel komitmen kerja, nampak bahwa bagi mahasiswa, sekalipun godaan cukup besar untuk kerja paruh waktu, mereka tetap menyelesaikan keserjanaan lebih dulu, baru kemudian bekerja, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 64.9 %. Pada indikator berikutnya bila mahasiswa mempertimbangkan sulitnya bekerja setelah lulus, bersedia untuk bekerja paruh waktu sebesar 60.2% dan bila mahasiswa mampu menambah uang saku/penghasilan dengan bekerja secara paruh waktu (*part-time*) atau sambilan

dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 58.3%. Proporsi penilaian mahasiswa atas komitmen kerja memiliki indeks respons penerimaan sebesar 14%, sehingga berdasarkan indeks tersebut, dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kesadaran yang baik atas pentingnya hasil proses belajar terbatas, sedangkan berdasarkan indeks respons mahasiswa tersebut terdapat penolakan terhadap komitmen kerja sebesar 39% dari sebaran mahasiswa yang cukup tertarik untuk bekerja paruh waktu sambil kuliah tetap dijalankan.

Penilaian mahasiswa atas integrasi sosial, maka dengan menggunakan skor tingkat penilaian pada setiap instrumen, nampak indikator kedua bahwa mereka memiliki teman di kampus baik seangkatan maupun berbeda angkatan, memberikan nilai skor rata-rata tertinggi pada keseluruhan indikator integrasi sosial, dibandingkan dengan dua indikator lainnya, sehingga dapat diindikasikan bahwa mahasiswa FE secara umum tidak banyak mengalami kesulitan dalam melakukan interaksi sosial di kampus.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa dari ketiga indikator variabel integrasi sosial, nampak bahwa bagi mahasiswa, memiliki teman di kampus baik seangkatan maupun berbeda angkatan, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 71.6 %. Pada indikator berikutnya umumnya mahasiswa memiliki teman se-kampus untuk aktivitas di luar kampus sebesar 63.8%, dan secara teratur mengikuti kegiatan kemahasiswaan seperti olah raga atau seni, keagamaan, dan sejenisnya dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 47.2%. Hasilnya adalah indeks respons penerimaan sebesar 13%, sehingga dapat diketahui bahwa mahasiswa memiliki kesadaran yang baik atas pentingnya integrasi sosial di kampus, sedangkan berdasarkan indeks respons mahasiswa tersebut terdapat penolakan terhadap integrasi sosial sebesar 39% dari sebaran mahasiswa yang tidak terlalu tertarik dengan pergaulan di kampus baik yang berbentuk intra maupun ekstra kurikuler.

Argumentasi hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) yang menyatakan bahwa faktor integrasi sosial menjadi salah satu unsur pembentukan ketrampilan mahasiswa dengan cara berpartisipasi aktif mahasiswa dalam berbagai kegiatan kepanitiaan dan sosial yang dilakukan oleh universitas, pertemanan dan penerimaan mahasiswa senior terhadap mahasiswa junior. Integrasi mahasiswa kedalam sistem universitas meningkatkan daya dorong antara mahasiswa dan kelembagaan secara akademik. Khususnya dengan sistem sosial secara kelembagaan. Dorongan ini dapat berbentuk antara lain kemampuan dan keterampilan serta sistem nilai mahasiswa dan ekspektasi universitas, daya tampung dan nilai-nilai normatif atau akademik yang dikembangkan oleh universitas.

Untuk melihat kategori penilaian mahasiswa dari ketiga indikator variabel integrasi akademik, nampak bahwa bagi mahasiswa, aktif mengikuti kegiatan intra kurikuler seperti seminar atau pelatihan (kursus singkat) yang bersifat tidak wajib, memberikan kontribusi skor penilaian tertinggi sebesar 54.1 %. Pada indikator berikutnya, mahasiswa secara teratur membantu kegiatan kemahasiswaan yang bersifat akademik atau penalaran sebesar 51.1%, dan selalu aktif membantu kegiatan staf fakultas/jurusan dalam berbagai kegiatan (misal melalui kepanitiaan, dan sejenisnya) dengan kontribusi terkecil yaitu sebesar 48.4%. Indeks respons penerimaannya adalah sebesar 7% yang menunjukkan bahwa mahasiswa belum optimal dalam melakukan

integrasi akademik di kampus, sedangkan penolakan terhadap integrasi akademik sebesar 49% dari mahasiswa yang tidak terintegrasi secara akademik dengan memadai. Hennig-Thurau, Langer dan Hasen (2001) menyatakan bahwa faktor integrasi berikutnya yang penting adalah integrasi mahasiswa ke dalam sistem universitas meningkatkan daya dorong antara mahasiswa dan kelembagaan secara akademik, khususnya dengan sistem akademik secara kelembagaan. Dorongan ini dapat berbentuk antara lain kemampuan dan keterampilan serta sistem nilai mahasiswa dan ekspektasi universitas, daya tampung dan nilai-nilai normatif atau akademik yang dikembangkan oleh universitas.

PEMBAHASAN

Bila penilaian respon mahasiswa dirangkum secara keseluruhan dan disederhanakan, maka terlihat seperti disajikan dalam Tabel 2. terlihat bahwa ada dua variabel yang mendapat penilaian yang rendah yaitu komitmen kognitif dan integrasi akademik. Rendahnya penilaian atas komitmen kognitif memberikan gambaran bahwa sekalipun sebagian besar responden menyatakan memilih FE atau berkuliah sesuai dengan minat studi mereka, tetapi menyiratkan bahwa pertimbangan praktis dalam memilih FE atau berkuliah juga sangat besar menentukan keputusan mereka. Pertimbangan praktis seperti apa, belum terduga secara mendalam pada penelitian ini. Kemungkinan melalui kelompok fokus dapat digali lebih dalam bila dilakukan penelitian lebih lanjut atau diadakan pertemuan informal untuk menggali informasi tersebut.

Sementara rendahnya integrasi akademik memberikan indikasi bahwa aktivitas intrakurikuler yang menunjang kegiatan penalaran mahasiswa belum berkembang dengan memadai. Kalaupun ada, nampaknya aktivitas tersebut belum memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa untuk memperkuat dan mempertajam "soft skill" mereka selama menempuh studi di FE, khususnya Jurusan Manajemen. Integrasi akademik yang kuat akan memungkinkan mahasiswa Jurusan Manajemen akan mampu tampil dalam berbagai ajang kompetisi yang bersifat ilmiah secara memadai.

TABEL 2: RANGKUMAN PENILAIAN RESPON MAHASISWA

No.	Variabel	Rata-rata Skor Penilaian(%)	Keterangan Penilaian
1.	Kualitas pelayanan	63.1	Cukup
2.	Loyalitas mahasiswa	67.5	Cukup
3.	Kepercayaan mahasiswa	61.7	Cukup
4.	Komitmen emosional	61.5	Cukup
5.	Komitmen kognitif	51.8	Rendah
6.	Komitmen goal	69.4	Tinggi
7.	Komitmen kegiatan ekstra kampus	64.3	Cukup
8.	Komitmen keluarga	58.2	Cukup
9.	Komitmen kerja	61.1	Cukup
10.	Integrasi sosial	60.8	Cukup
11.	Integrasi akademik	51.2	Rendah

Selanjutnya dari hasil penelitian tentang Indeks Respon Mahasiswa (*Student Response Index*) memberikan gambaran yang menarik dan cukup berbeda dengan menggunakan berbagai alat analisis yang lain digunakan baik secara deskriptif maupun pengujian hipotesis secara empiris. Nilai implikasi manajerial dengan menggunakan indeks tersebut dirasakan cukup tinggi bila kita memperhatikan hasil rangkuman penelitian ini yang disajikan dalam Tabel 3.

TABEL 3: RANGKUMAN INDEKS RESPON MAHASISWA

No.	Variabel	Indeks Respon Mahasiswa (%)	
		Penerimaan	Penolakan
1.	Kualitas pelayanan	4	37
2.	Loyalitas mahasiswa	9	32
3.	Kepercayaan mahasiswa	9	38
4.	Komitmen emosional	9	38
5.	Komitmen kognitif	7	48
6.	Komitmen goal	33	31
7.	Komitmen kegiatan ekstra kampus	27	36
8.	Komitmen keluarga	11	42
9.	Komitmen kerja	14	39
10.	Integrasi sosial	13	39
11.	Integrasi akademik	7	49

Beberapa hal menjadi menarik dari rangkuman tersebut, karena ternyata integrasi akademik yang mendapat indeks respons penerimaan yang kecil yaitu 7%. Artinya, ada konsisten penilaian respon mahasiswa dalam Tabel 2. dengan indeks respon mahasiswa. Sementara untuk kualitas pelayanan yang mendapat penilaian cukup justru mendapat skor indeks yang paling rendah dari sebelas variabel yang diteliti yaitu hanya 4% respon penerimaannya dibandingkan dengan respon penolakan sebesar 33%. Kecilnya indeks respons penerimaan untuk kualitas pelayanan (4%) dan integrasi akademik (7%), mencerminkan kedua variabel tersebut secara empiris memerlukan perhatian khusus, karena setelah dilakukan analisis indeks respon mahasiswa terlihat jelas bagaimana penilaian mahasiswa sesungguhnya terhadap jurusan, fakultas dan universitas selama menempuh studi.

Namun demikian, terdapat pula indeks respons penerimaan mahasiswa yang lebih besar dari penolakan yaitu komitmen *goal* yaitu 33% dan respon penolakan sebesar 31%. Sementara komitmen emosional sendiri memberikan kontribusi yang positif terhadap loyalitas mahasiswa (Thurau, Langer dan Hasen, 2001).

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Penelitian tentang indeks respon mahasiswa (*student response index*) terhadap kualitas kereliasian (*relationship quality*) pada mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi pada PTS di Jakarta Barat dengan jumlah responden sebanyak 116 mahasiswa dari jurusan Manajemen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata penilaian mahasiswa Jurusan Manajemen adalah cukup untuk sebagian besar variabel yang diteliti dengan

kategori penilaian tertinggi untuk komitmen goal, yang rendah adalah komitmen kognitif dan integrasi akademik tentang kualitas kereliasan di FE. Hasil analisis Indeks Respon Mahasiswa (*Student Response Index*) menunjukkan dua variabel yaitu komitmen kognitif dan integrasi akademik yang mendapat indeks respons penolakan yang sama dan lebih besar dari 40%, dan kecilnya indeks respons penerimaan untuk kualitas pelayanan (4%) dan integrasi akademik (7%). Indeks respons penerimaan mahasiswa yang lebih besar dari penolakan hanya komitmen *goal* yaitu 31%.

1. Penilaian responden yang rendah baik terhadap komitmen kognitif dan integrasi akademik perlu mendapat perhatian bersama untuk melakukan pembenahan secara internal. Kecilnya indeks respons penerimaan untuk kualitas pelayanan dan integrasi akademik tersebut, mencerminkan kedua variabel tersebut secara empiris memerlukan perhatian khusus.
2. Perlu dilakukan penyederhanaan atas sebelas pendukung variabel kualitas kereliasan untuk pendidikan tinggi. Variabel-variabel yang perlu dipertimbangkan dalam penelitian berikutnya adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, komitmen kognitif, komitmen emosional, integrasi akademik dan sosial serta loyalitas mahasiswa. Penyederhanaan variabel pendukung akan lebih memudahkan melakukan analisis indeks respons mahasiswa menjadi jauh lebih baik dan relevan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David A., V. Kumar and George S. Day, ***Marketing Research***, New York: John Wiley & Son Inc. 1998
- Allen, N.J., and Meyer. J.P., "The Measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment in the organization. ***Journal of Occupational Psychology***, 63. 1990
- Best, Roger J. ***Market-Based Management: Strategies for Growing Customer Value and Profitability***, Second Edition, New Jersey: Prentice Hall International Inc. 2000
- Berry, Leonard L and A. Parasuraman, ***Marketing Services***, New York: The Free Press. 1991
- Boulding, William; Kalra, Ajay; Staelin, Richard; Zeithaml, Valarie A., A dynamic process model of service quality: From expectations to behavioral intentions, ***Journal of Marketing Research***; Feb 1993; 30, 1; ABI/INFORM Research pg. 7. 1993
- Cooper, Donald R. dan Pamela S. Schindler, ***Business Research Methods***, 7th Edition, Mc-Graw-Hill International Edition, Boston. 2003

- Farrar, Mel & Helen Crabtree, "**Achieving Customer Loyalty in an Educational Market-Place, Total Quality Management**"; Jul; 10, 4/5; ABI/INFORM Research pg. S531. 1999
- Fullerton, Gordon & Shirley Taylor, **The Role of Commitment in Service Relationship**, Kingston, Ontario: School of Business Acadia University, limited publication. pp. 3-6. 2000
- Garbarino, Ellen dan Mark S. Johnson. "The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationships." **Journal of Marketing Vol 63** (April). pp. 70-87.1999
- Gremler, Dwayne D. & Michael A McCollough, "Student Satisfaction Guarantees: An Empirical Examination of Attitudes, Antecedents, and Consequences, **Journal of Marketing Education**; Aug; 24, 2; ABI/INFORM Research pg. 150. 2002
- Hennig-Thurau, Thorsten, Markus F. Langer dan Ursula Hansen, "Modeling and Managing Student Loyalty: An Approach Based on the Concept on relationship Quality," **Journal of Service Research**, Volume 3, No. 4, May, pp. 331-344. 2001
- _____, Kevin P Gwinner; Dwayne D Gremler, "Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality, **Journal of Service Research** : JSR; Feb 2002; 4, 3; ABI/INFORM Research pg. 230, 2002
- Hsu-Hao Yang and K.S. Chen, A performance index approach to managing service quality, **Managing Service Quality**, Volume 10 . Number 5 . pp. 273-278, 2000
- Jasfar, Farida, **Manajemen Jasa: Pendekatan Terpadu**, Jakarta: Lembaga Penerbit FE Universitas Trisakti. 2003
- _____, "Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) dalam jasa Penjualan: Pengaruh Hubungan Interpersonal Tenaga Penjualan pada Perusahaan Asuransi Jiwa," **Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen**, Vol. 2 No.3, September. 2002
- _____, **Model dan Pengelolaan Loyalitas Mahasiswa: Sebuah Pendekatan Berbasis Konsep Kualitas Hubungan pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti**, Jakarta: Publikasi terbatas. Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti. 2007
- Lu, Ting Pong, Johny and Tang Oui Yee, Esther, "An Integrated Model of Service Loyalty, **Academy of Business and Administrative Sciences 2001 International Conferences**, Brussels, Belgium, 24-25 July. pp. 1-26. 2001

Morgan, Robert M. & Shelby D. Hunt, "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing" *Journal of Marketing*, July. 1994

Snipes, Robin L. dan Neal Thomson, "***An Empirical Study of The Factors Underlying Student Service Quality Perceptions in Higher Education***", Proceedings of the Academy of Educational Leadership, Volume, Number 1, Allied Academies National Conference, Myrte Beach. 1999

