

# KUALITAS JASA SEBAGAI MEDIATOR STRATEGI LOKASI, STRATEGI PROSES DAN DESAIN JASA TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA(i) DI GICI BUSINESS SCHOOL BATAM

Tining Haryanti<sup>1)</sup>, Winarno<sup>2)</sup>

<sup>1), 2)</sup> Program Studi Teknik Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Surabaya  
Jl. Sutorejo 59, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia Telp 031-38119, Fax 031-3813096  
[www.um-surabaya.ac.id](http://www.um-surabaya.ac.id)

Email : [ting.haryanti@ft.um-surabaya.ac.id](mailto:ting.haryanti@ft.um-surabaya.ac.id)<sup>1)</sup>, [winarno@ft.um-surabaya.ac.id](mailto:winarno@ft.um-surabaya.ac.id)<sup>2)</sup>

## Abstrak

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui Kualitas Jasa sebagai Mediator Strategi Lokasi, Strategi Proses Dan Desain Jasa Terhadap Kepuasan Mahasiswa(i) Gici Business School Di Kota Batam. Subyek penelitian adalah mahasiswa(i) Gici Business School Batam dari jurusan manajemen angkatan tahun 2010 sampai 2013. Responden dalam penelitian ini sebanyak 313 responden. Pengambilan sample yang digunakan menggunakan acuan Tabel Isaac dan Michael dalam [1]. Penelitian ini menggunakan analisis Structural Equation Modelling (SEM) dengan aplikasi software Analysis Moment of Structure (AMOS) dan Special Package for Statistic Science (SPSS).

Berdasarkan analisa Regression Weights hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Strategi Lokasi sebagai prediktor positif terhadap Kualitas Jasa (2) Strategi Proses sebagai prediktor positif terhadap Kualitas Jasa (3) Desain Jasa sebagai prediktor positif dan significant terhadap Kualitas Jasa (4) Strategi Lokasi sebagai prediktor positif terhadap Kepuasan Mahasiswa(i) (5) Strategi Proses sebagai prediktor positif terhadap Kepuasan Mahasiswa(i) (6) Desain Jasa sebagai prediktor positif dan significant terhadap Kepuasan Mahasiswa(i) (7) Kualitas Jasa sebagai prediktor positif terhadap Kepuasan Mahasiswa(i). Variabel Desain Jasa sebagai prediktor paling besar terhadap Kualitas Jasa dengan nilai pengaruh (direct effects) 0.626 probabilitas 0,002 dan Kepuasan Pelanggan dengan total pengaruh (total effects) yaitu 0.701 diikuti oleh Variabel Strategi Proses dan Strategi Lokasi. Angka Square Multiple Correlation menunjukkan bahwa 83,9% Variabel Kualitas Jasa dipengaruhi oleh Variabel Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa, sedangkan sisanya sebesar 16,1% dijelaskan oleh Variabel lain diluar ketiga Variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Sedangkan 87,1% Variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Variabel Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa dan 12,9% dijelaskan oleh Variabel lain diluar ketiga Variabel yang digunakan pada penelitian ini. Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa pihak manajemen Gici Business School harus lebih menekankan agar Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa tetap terjaga, karena ketiga Variabel tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan dan Desain Jasa memegang peranan yang paling besar dalam mempengaruhi Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan (mahasiswa(i)) Gici Business School. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah dapat digunakan sebagai acuan oleh pihak manajemen Gici Business School untuk meningkatkan kinerja Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan berdasarkan 20 indikatornya.

**Kata kunci :** Strategi Lokasi, Strategi Proses, Desain Jasa, Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan

## Abstract

This study specifically discusses to understand the effect of service Quality as Mediating Variabel between Location Strategy, Process Strategy, and Service Design to Customer Satisfaction at Batam Gici Business School. There were 313 respondents in this research, majoring in Management from 2010 to 2013 batches. The sample deciding method is refers to Isaac and Michael table[1]. In order to meet the research goal, this research uses Structural Equation Modeling (SEM) were analyzed by Analysis Moment of Structure (AMOS) and Special Package for Statistic Science (SPSS).

According to Regression Weights this results shows that 1) Location Strategy positively affects the Service Quality of the Gici Business School 2) Process Strategy positively affects the Service Quality of the Gici Business School significantly 3) Service Design positively affects the Service Quality of the Gici Business School significantly 4) Location Strategy positively affects the Customer Satisfaction of the Gici Business School 5) Process Strategy positively affects the Customer Satisfaction of the Gici Business

School 6) Service Design positively affects the Customer Satisfaction of the Gici Business School significantly 7) Service Quality positively affects the Customer Satisfaction of the Gici Business School. Service Design contributes the most to Service Quality with margin of 0,626, probability 0,002 and Customer Satisfaction with margin of 0,701 followed by Process Strategy and Location Strategy. Square Multiple Correlation shows that 83,9% of Service Quality is affected by Location Strategy, Process Strategy and Service Design, While the remaining 16,1 percentage could be explained by another factor outside this research. Square Multiple Correlation shows that 87,1% of Customer Satisfaction is affected by Location Strategy, Process Strategy and Service Design, while the remaining 12,9 percentage could also be explained by another factor outside this research. The results give practical implication that Gici Business School Management should improve its performance while maintaining its Location Strategy, Process Strategy and Service Design, especially considering how Service Design contributes the most to Service Quality and Customer Satisfaction. It is important for Gici Business School Management to improve their Service Quality and Customer Satisfaction based on its 20 indicators

**Keywords :** Location Strategy, Process Strategy, Service Design, Service Quality and Customer Satisfaction

## 1. Pendahuluan

Gici Business School (Gici) merupakan salah satu perguruan tinggi Swasta di Batam yang menerapkan desain dan proses perkuliahan yang relatif berbeda dengan Perguruan Tinggi pada umumnya. Proses yang digunakan dalam perkuliahannya yaitu dengan hari efektif 3(tiga) kali dalam satu minggu, proses belajar mengajar yang relatif fleksibel untuk target pasarnya yang mayoritas pekerja. Desain yang digunakan adalah penerapan sistem Blok bukan sistem kredit semester [2] dengan lokasi yang dekat dengan area Bisnis dan berada dipusat perkotaan. Jumlah Mahasiswa mengalami penurunan jurusan management dari tahun 2012 ke tahun 2013[3], berdasarkan data berikut :

**Tabel 1. Data Akademis Gici 2013**

Jurusan	Angk 2010	Angk 2011	Angk 2012	Angk 2013
Management	240	391	528	520
Accounting	97	217	204	228
ABA	5	13	13	7
Management Informatika	39	54	44	104
<b>Jumlah</b>	<b>381</b>	<b>675</b>	<b>789</b>	<b>859</b>

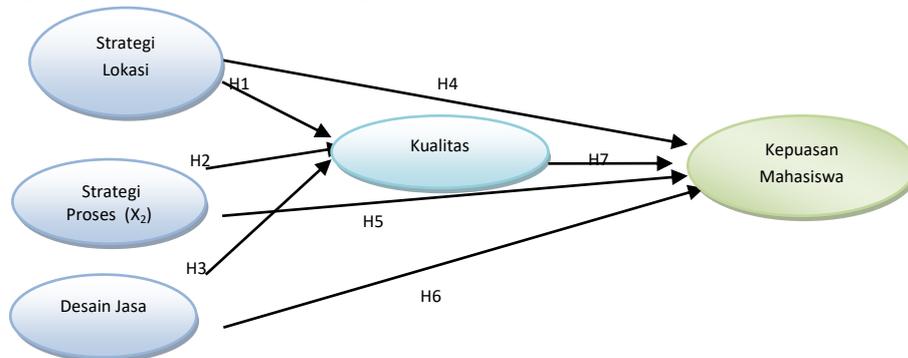
Strategi lokasi menjadi penting karena kesibukan calon pelanggannya yang mayoritas pekerja menuntut untuk mendapatkan pemenuhan jasa pendidikan dengan lokasi yang sesuai atau mudah dalam pengaksesannya. [4] menyatakan kedekatan lokasi pada pasar adalah hal yang penting bagi banyak perusahaan. Karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah strategi lokasi, strategi proses dan desain jasa mempengaruhi kualitas pelayanan Gici untuk bisa memberikan kepuasan bagi para pelanggannya (Mahasiswa(i)) dan untuk mengetahui pengaruh strategi lokasi, strategi proses dan desain jasa secara langsung terhadap kepuasan pelanggan (Mahasiswa(i)). Penelitian dibatasi pada pemilihan strategi lokasi, strategi proses dan desain jasa yang diduga mempengaruhi kualitas jasa dan kepuasan pelanggan. Strategi Lokasi yang mudah dijangkau dengan fasilitas penunjang diduga dapat mempengaruhi kualitas jasa dan kepuasan pelanggan, strategi Proses dan desain jasa yang diterapkan oleh Gici unik yaitu menggunakan sistem blok [2]

## 2. Dasar teori

[5] menyatakan lokasi berarti berhubungan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Gici sebagai penyedia jasa pendidikan memiliki jenis interaksi dengan konsumen yaitu konsumen mendatangi pemberi jasa. Gici berlokasi di perkotaan dengan kedekatan lokasi kawasan industri, yaitu mendekati *market* nya, dimana target utama pelanggannya adalah pekerja. Proses adalah sekelompok kegiatan yang saling berhubungan dengan *input* dan *output* yang spesifik [6]. Sebuah strategi proses (*process strategy*) atau transformasi adalah sebuah pendekatan organisasi untuk mengubah sumber daya menjadi

barang dan jasa [7]. Dalam hal ini Gici yang bergerak di bidang jasa pendidikan, yang berarti memiliki keterlibatan pelanggan dalam proses produksinya (interaksi dengan pelanggan) sehingga Gici harus memastikan bahwa strategi proses yang diterapkan dalam penghantaran jasanya sesuai dengan harapan pelanggan atau melebihi harapan pelanggan sehingga mendapatkan kepuasan dari pelanggannya

Variabel jasa berbeda dengan produk [6] yang dapat dijelaskan sebagai berikut: *Service Concept*, mendefinisikan target pelanggan dan pengalaman jasa yang diinginkan pelanggan. Pengalaman jasa yang diinginkan terlihat pada saat interaksi pelanggan dimana pada interaksi tersebut akan memunculkan *moment of truth*. Dalam industri jasa, *moment of truth* adalah saat penting antara penyedia jasa dan pelanggan yang berkesan, meningkatkan atau menurunkan harapan pelanggan [7]. *Service Package*, diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, paket terdiri dari campuran item fisik, manfaat sensual dan manfaat psikologis. *Performance Specification*, merupakan harapan pelanggan dan persyaratan bagi pelanggan. *Design Specification*, harus menggambarkan jasa secara cukup rinci untuk pengalaman jasa yang diinginkan dapat direplikasi untuk individu yang berbeda di berbagai lokasi. *Delivery Specification*, menguraikan langkah-langkah yang diperlukan dalam proses kerja, termasuk jadwal kerja, hasil, dan lokasi dimana pekerjaan yang akan dilakukan. Gici menyediakan jasa pendidikan bagi pelanggannya, dimana dalam penghantaran jasa pendidikan ini keterlibatan pelanggan sangatlah tinggi. Dalam proses interaksi yang panjang ini penyedia jasa harus memastikan menghadirkan konsep yang dapat memunculkan *moment of truth*. Paket Jasa yang dihadirkan Gici memberikan campuran item fisik, sensual dan psikologis diharapkan pelanggan merasa puas dengan jasa yang diberikan Gici. Item fisik yang dimaksud salah satunya adalah fasilitas. Sebagai media kontrol, Gici melengkapi seluruh ruang operasional perkuliahan dengan CCTV (*Closed Circuit Television*), item sensual yang dimaksud adalah dengan peraturan kedisiplinan yang ketat yakni jam masuk, toleransi ketidakhadiran (maksimal 3 kali) hingga pengaturan berpakaian, diharapkan terdapat kesan sensual dalam perkuliahan di Gici yaitu kuliah yang *prestisius* yang mengedepankan kedisiplinan dan kerapian. Spesifikasi desain menjadi pembeda utama antara Gici dengan para pesaingnya, yaitu dengan sistem blok perkuliahan, fokus pembelajaran satu matakuliah setiap bulan dan *delivery specification* terhadap produk jasanya dengan jadwal perkuliahan yang fleksibel yaitu 3 kali masuk kuliah dalam satu minggu.



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Definisi kualitas pelayanan dari [8] adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Berdasarkan pengertian tersebut, kualitas dapat diartikan tentang bagaimana Mahasiswa(i) mendapatkan pelayanan selama menempuh pendidikan di lembaga tersebut baik pelayanan dari pengelola lembaga pendidikan, staf akademis hingga staff pengajarnya. Pada dasarnya dikenal tiga macam pelanggan dalam sistem kualitas modern (Gasperz dalam[8]), yaitu pelanggan internal, pelanggan antara dan pelanggan eksternal. Pelanggan Gici yang dimaksud adalah pelanggan akhir atau Pelanggan eksternal yaitu Mahasiswa(i). Sementara itu yang dimaksud sebagai kepuasan pelanggan adalah bagaimana tingkat perasaan Mahasiswa(i) sebagai hasil dari perbandingan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari jasa pendidikan atau persepsi Mahasiswa(i) terhadap satu jenis pengalaman pelayanan yang dialaminya. Bila pelayanan yang

diberikan melebihi dengan yang diharapkan maka pelanggannya (Mahasiswa(i)) merasa puas. Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat digambarkan kerangka berpikir pada gambar 1.

Beberapa penelitian yang dianggap dapat menjadi acuan dalam penelitian ini antara lain *The effect of location, strategy, and operations Technology on hospital performance*. Penelitian yang dilakukan oleh [9] dalam *Jurnal of Operations management* 20 (2002) 63-65 yang berjudul “*The effect of location, strategy, and operations technology on hospital performance*”. Dari hasil penelitian tersebut, Strategi operasi yang memiliki pengaruh positif terhadap Performansi Rumah Sakit sedangkan Strategi lokasi tidak. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan *Word Of Mouth* (Studi Kasus Pasien Rawat Jalan Di Wing Amerta Rsup Sanglah Denpasar), Thesis Mirah Ayu Putri Tratintya, Program Pascasarjana Universitas Udayana Denpasar, 2011. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (WOM) pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar 3) Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* (WOM) pasien rawat jalan di Wing Amerta RSUP Sanglah Denpasar. Adapun kesamaan dari penelitian tersebut mengetahui pengaruh strategi Lokasi dimana pada penelitian sekarang pengaruh strategi lokasi diarahkan pada Kepuasan pelanggan Gici di Batam yang ditambah dengan beberapa Variabel yang lain, antara lain Pengaruh Strategi Lokasi terhadap Kualitas, Pengaruh Strategi Proses terhadap Kualitas, Pengaruh Desain Jasa terhadap Kualitas, pengaruh Strategi Proses terhadap Kepuasan Pelanggan, Pengaruh Desain Jasa terhadap Kepuasan Pelanggan dan Pengaruh Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.

### 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini akan melakukan pendekatan penelitian kuantitatif. yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik Noor, 2011:38 dalam [10]. Penelitian ini termasuk dalam tipe desain kausal yaitu untuk mengidentifikasi hubungan sebab dan akibat antar variabel dan peneliti mencari tipe sesungguhnya dari fakta untuk membantu memahami dan memprediksi hubungan (Zikmund dalam Ferdinand, A.T, 1999, p.72) dalam [11]. Penelitian ini untuk memahami dan memprediksi hubungan dan pengaruh variabel independen Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan dengan mediator Variabel Kualitas. Sampel dalam penelitian ini menggunakan tingkat akurasi 5% berdasarkan Tabel Isaac dan Michael dalam [1] dalam UT, 2012 sehingga dari jumlah populasi 1.439 Mahasiswa(i) diperoleh sampel sebanyak 313 Mahasiswa(i) Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan metode *purposive (purposive sampling)* yaitu metode untuk memilih sampel yang memiliki tujuan secara subjektif. Menurut [12] hal ini dilakukan karena peneliti telah memahami bahwa kelompok sasaran tertentu saja yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan. Alat analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan bantuan program komputer *Analysis of Moment Structure* (AMOS). Karena jumlah sampel dalam penelitian ini berada antara 100 sampai dengan 200, maka teknik analisis yang dipilih adalah *Maximum Likelihood Estimation* (ML) dan *Generalized Least Square Estimation* (GLS). Indeks kesesuaian (*fit index*) ini akan menghitung proporsi tertimbang dari varian dalam matrik kovarian sampel yang dijelaskan oleh matriks kovarian populasi yang terestimasi. GFI adalah sebuah ukuran *nonstatistical* yang mempunyai rentang 0 (*poor fit*) sampai dengan 1,0 (*perfect fit*). Nilai yang

tinggi dalam indeks ini menunjukkan sebuah *better fit*, sedang besaran nilai antara 0,80 – 0,90 adalah *marginal fit*

**4. Pengujian dan Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan bukan untuk menghasilkan sebuah model, tetapi ditujukan untuk mengkonfirmasi model hipotesis melalui data empirik dengan 313 responden dari jumlah populasi 1.439 Mahasiswa(i). Uji realibilitas menunjukkan nilai *Alpha cronbach* 0,87. Menurut [13] suatu instrument alat ukur dikatakan reliabel dan bisa pada tahap selanjutnya jika nilai koefisien  $r \geq 0,7$ . Hasil perhitungan didapatkan nilai realibilitas 0,87 yang berarti pada pengukuran ini dapat dikatakan reliabel. Uji reliabilitas dalam SEM diperoleh melalui rumus Hair et al (1995) dalam [14]

$$Construct\ Reliability = \frac{(\sum standardloading)^2}{(\sum standardloading)^2 + \sum E_j} \dots\dots\dots(1)$$

Hasil analisis *construct reliability* dapat dilihat pada Tabel berikut  
 Tabel 1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Konstruk	Factor Loading	Factor Loading Kuadrat	Error	Realibilitas	Validitas
Strategi Lokasi (stlok)	2.43	1.52	2.48	0.70	0.5
Strategi Proses (stpros)	2.05	1.57	1.43	0.75	0.63
Desain Jasa (desjas)	2.57	1.69	2.31	0.74	0.55
Kualitas Jasa (kuajasa)	2.99	1.86	3.14	0.74	0.53
Kepuasan Pelanggan (keppel)	3.26	2.30	2.70	0.80	0.66

*Measurement model* adalah bagian dari model SEM yang terdiri atas sebuah Variabel laten (konstruk) dan beberapa Variabel *manifest* (indikator) yang menjelaskan Variabel laten tersebut. Tujuan pengujian adalah ingin mengetahui seberapa tepat Variabel *manifest* tersebut dapat menjelaskan Variabel laten yang ada [15]. Hasil pengujian *measurement model* didapatkan *Goodness of Fit Indeks* sebagai berikut:

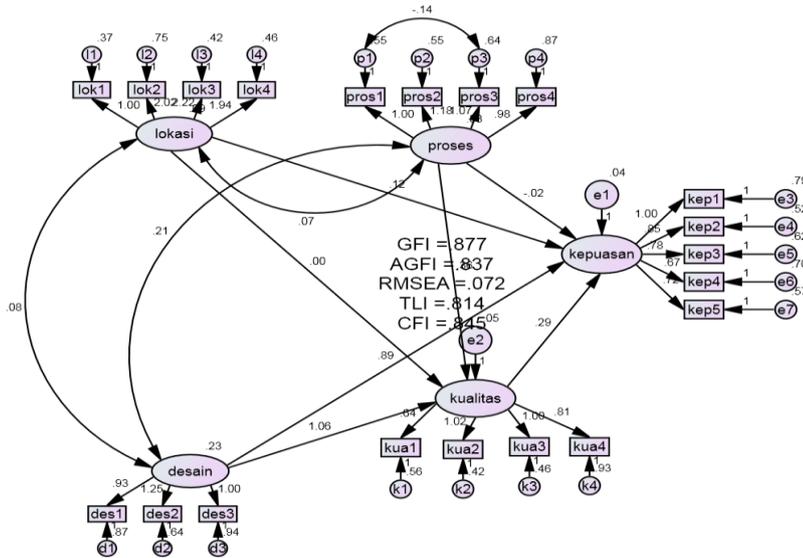
Tabel 3. *Goodness of Fit Indeks* pengujian *Measurement model*

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil analisis	Evaluasi Model
chi square	Diharapkan kecil	230.89	baik
Probability	$\geq 0,05$	0	kurang baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.042	baik
GFI	$\geq 0,90$	0.930	baik
AGFI	$\geq 0,90$	0.902	baik
CMIN/df	$\leq 2,0$	1.55	baik
TLI	$\geq 0,95$	0.938	baik
CFI	$\geq 0,95$	0.951	baik

Tabel 4. Korelasi antar Variabel  
 Correlations: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
lokasi	<--> desain	0.5
desain	<--> proses	0.764
lokasi	<--> proses	0.5
proses	<--> kepuasan	0.774
kualitas	<--> kepuasan	0.901
desain	<--> kualitas	0.899
lokasi	<--> kualitas	0.516
desain	<--> kepuasan	0.91
proses	<--> kualitas	0.84
lokasi	<--> kepuasan	0.546

Uji *Goodness of fit indeks* menunjukkan bahwa model telah fit, sedangkan uji korelasi antar Variabel ditunjukkan pada tabel 4. Tabel 4 menunjukkan hubungan antar konstruk. Angka  $\geq 0,5$  menunjukkan bahwa hubungan antar konstruk lokasi dan desain adalah cukup erat. Sedangkan arah hubungan adalah positif karena tidak adanya tanda negatif pada angka 0,5. Dengan demikian, hubungan keduanya adalah searah; semakin tinggi baik pemilihan strategi lokasi, akan semakin baik desain jasanya. Karena model telah fit dan memiliki korelasi/ hubungan yang kuat antar Variabel, maka model dapat dilanjutkan ke pengujian selanjutnya yaitu Struktural Model sebagai berikut :



Gambar 2 Model Struktural Penelitian dengan tampilan angka

Dari hasil Evaluasi *Goodness of Fit* menunjukkan dua kriteria terpenuhi RMSEA dan GFI dan empat marginal yaitu AGFI, CMIN/df, TLI dan CFI dari delapan kriteria yang ada. Dengan demikian maka model tersebut belum dapat dinyatakan sebagai model yang baik (belum memenuhi *Goodness of fit*) dan dipandang perlu diadakan modifikasi model untuk dapat meningkatkan kecocokan model (*Goodness of fit*) (Solimun, 2004:71 dan Solimun, 2006: 19). Untuk meningkatkan nilai *Goodness of fit* dapat dilakukan dengan tidak mengikut sertakan indikator yang memiliki koefisien *Standardized Regression Weight* antara indikator  $\lambda$  (loading factor) kecil ataupun dengan mengkorelasikan beberapa indikator yang memiliki nilai Modifikasi Indeks (M.I.) yang besar [14]. Dengan mengkorelasikan antara error yang memiliki *ModificationIndex* (M.I.) > 8,000 dalam rangka memperbaiki *Goodness of fit* didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 5 *Goodness of Fit* Modifikasi Model

Goodness of Fit Indeks	Cut-off Value	Hasil analisis	Modifikasi	Evaluasi Model
chi square	Diharapkan kecil	419,743	191,504	baik
Probability	≥ 0,05	0	0,004	kurang baik
RMSEA	≤ 0,08	0,072	0,033	baik
GFI	≥ 0,90	0,9	0,943	baik
AGFI	≥ 0,90	0,84	0,916	baik
CMIN/df	≤ 2,0	2,64	1,35	baik
TLI	≥ 0,95	0,814	0,961	baik
CFI	≥ 0,95	0,845	0,971	baik

Tabel 6 Pengaruh langsung dan tidak langsung antar variable

Konstruk	lokasi			proses			desain			kualitas		
	PL	PTL	PT	PL	PTL	PT	PL	PTL	PT	PL	PTL	PT
kualitas	0.054	0	0.054	0.319	0	0.319	0.626	0	0.626	0	0	0
kepuasan	0.105	0.011	0.116	0.145	0.063	0.208	0.577	0.124	0.701	0.195	0	0.195

Tabel 7. *Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)* Variabel Endogen (Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan)

*Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)*

	Estimate
kualitas	0.839
kepuasan	0.871

Hasil pengolahan data terlihat bahwa semua konstruk telah memenuhi kriteria *goodness of fit* yang telah ditetapkan. Hal ini berarti bahwa model fit dengan sampel. Dari *Standardized estimate* berdasarkan tabel diatas untuk Variabel Strategi Lokasi (X1), Strategi Proses (X2),

Desain Jasa (X3), Kualitas Jasa (Y) maka dapat dibuat model persamaan structural sebagai berikut:  $Y = 0.054 X1 + 0.319 X2 + 0.626 X3$ ;  $Z = 0.105 X1 + 0.145 X2 + 0.577 X3$ ; Pengaruh tidak langsung Kualitas jasa sebagai mediator Kepuasan Pelanggan  $Z = 0.011 X1 + 0.063 X2 + 0.124 X3$ ;  $Z = 0.195 Y$ .

Berdasarkan hasil analisis data dengan bantuan *software* AMOS, hasil dalam pengujian penelitian ini, didapatkan hasil *Square Multiple Correlation* yang nilainya masing-masing untuk Kualitas Jasa (kualitas) = 0,839, untuk Kepuasan Pelanggan (kepuasan) = 0,871. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa perubahan Kualitas Jasa dipengaruhi oleh Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa sebesar 83,9% sedangkan 16,1% dipengaruhi oleh Variabel/faktor lain diluar Variabel yang dibahas dipenelitian ini (e2). Sedangkan perubahan Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa sebesar 87,1% sedangkan 12,9% dipengaruhi oleh Variabel/ faktor lain diluar Variabel yang dibahas dipenelitian ini (e1). Desain Jasa sebagai prediktor paling besar terhadap Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan secara langsung (*direct effects*) maupun tidak langsung (*indirect effects*) dengan nilai total pengaruh (*total effects*) 0,626 terhadap Kualitas Jasa dan 0,701 terhadap Kepuasan Pelanggan, hal ini berarti Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan (mahasiswa(i)) Gici sangat dipengaruhi oleh Variabel Desain Jasa, dengan pengelolaan Desain Jasa yang baik Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan dapat dijaga/ ditingkatkan. Strategi Lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kualitas Jasa di Gici Batam dengan nilai pengaruh (*direct effects*) = 0,054, yang berarti bahwa strategi lokasi yang diterapkan Gici mempengaruhi positif secara langsung namun tidak signifikan terhadap Kualitas Jasa, hal ini dimungkinkan jika ingin meningkatkan kualitas jasanya, Strategi Lokasi yang dilakukan Gici harus ditingkatkan dari kondisi saat ini. Strategi Proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Jasa Gici dengan nilai pengaruh (*direct effects*) = 0,319 dan probabilitas 0,037, yang berarti semakin baik penerapan Strategi Prosesnya akan meningkatkan Kualitas Jasanya. Strategi Proses yang diterapkan saat ini telah mampu meningkatkan kualitas jasanya. Strategi Lokasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gici Batam baik secara langsung maupun tidak langsung dengan nilai pengaruh total (*total effects*) = 0,116 dan probabilitas 0,2 yang berarti bahwa strategi lokasi yang diterapkan Gici tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, hal ini dimungkinkan jika Gici ingin meningkatkan Kepuasannya, Strategi Lokasi yang dilakukan Gici harus ditingkatkan dari kondisi saat ini. Strategi Proses berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Gici baik secara langsung maupun tidak langsung dengan nilai pengaruh total (*total effects*) = 0,145, probabilitas 0,332, yang berarti Strategi Proses yang diterapkan Gici belum mampu memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggannya. Dalam hal ini Gici perlu lebih mengetahui harapan dan kebutuhan pelanggannya sehingga dapat menempatkan strategi proses yang tepat sehingga Kepuasan Pelanggan dapat terpenuhi. Kualitas Jasa berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Gici, dengan nilai pengaruh (*direct effects*) = 0,199, probabilitas 0,579. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Jasa yang diberikan oleh lembaga pendidikan Gici belum mampu secara signifikan memenuhi harapan atau kebutuhan pelanggannya

## 5. Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa pihak manajemen Gici harus lebih menekankan agar Strategi Lokasi, Strategi Proses dan Desain Jasa tetap terjaga, karena ketiga Variabel tersebut memiliki pengaruh yang besar terhadap Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan yang dari hasil penelitian memiliki nilai yang cukup berpengaruh terhadap Kualitas Jasa 83,9% dan terhadap Kepuasan Pelanggan 87,1%. Desain Jasa memegang peranan yang

paling besar dalam mempengaruhi Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan (mahasiswa(i)) Gici. Perlu secara rutin memperhatikan strategi proses untuk peningkatan kualitas jasa dan kepuasan pelanggannya yang dari hasil penelitian memiliki nilai yang cukup berpengaruh terhadap kualitas pelayanannya dan membenahi kekurangan – kekurangan yang ada, seperti interaksi (proses) antara petugas dengan pelanggan (Mahasiswa(i)) agar kualitas pelayanannya tetap terjaga yang nantinya juga akan meningkatkan kepuasan pelanggan Gici. Pemilihan Desain Jasa oleh Gici yaitu *blocking system* telah sesuai dengan harapan pelanggannya, namun peningkatan atas pengelolaan Desain Jasa perlu diperhatikan karena bukan tidak mungkin dengan penerapan Desain Jasa yang sama oleh pesaing dapat mengurangi keunggulan bersaingnya, oleh karena itu dengan pengelolaan Desain Jasa yang terus ditingkatkan maka kepuasan pelanggannya tetap terjaga sehingga dapat meminimalisir penurunan jumlah mahasiswa. Sedangkan Saran bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan responden seluruh mahasiswa Gici tidak hanya jurusan Manajemen saja sehingga hasil penelitian menjadi lebih luas. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu mengukur pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan dari Variabel yang lebih kompleks mengingat 16,1% Kualitas Jasa dipengaruhi oleh Variabel lain dan 12,9% Kepuasan Pelanggan Gici dipengaruhi oleh Variabel lain selain yang dibahas pada penelitian ini. Peneliti selanjutnya diharapkan mampu memperbaiki nilai pengujian asumsi SEM yaitu nilai *multivariate* yang belum terdistribusi normal.

#### Daftar Pustaka

1. Nupikso, G. (2010). Panduan Mata Kuliah Workshop Penelitian. Jakarta: Universitas Terbuka.
2. Gici. (2012). Flyer. Batam: Gici.
3. Joko Setiawan, S. (2013). Data Akademis. Batam: Gici.
4. Heizer, J. &. (2011). Operation Management (Tenth Edition). New Jersey : Pearson Education Inc.
5. Lupiyoadi, R. (2001). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
6. Taylor, R. (2011). Operations Management: International Student Version. Hoboken: John Wiley & Sons (Asia) Pte Ltd.
7. Heizer Jay, B. R. (2006). Operations Management edisi tujuh. Jakarta: Salemba Empat.
8. Nasution, M. (2004). Manajemen Mutu Terpadu. Edisi Revisi. Bogor: Ghalia Indonesia
9. Susan Meyer Goldstein, P. T. (2002). The effect of location, strategy, and operations technology on hospital performance. *Journal of Operations Management*, 63-75.
10. Ibrahim, I. I. (2013). Pengaruh Strategi Lokasi dan Tata Letak terhadap Citra Perusahaan dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus : Astra Biz-Center Bandung). Bandung: Institut Manajemen Telkom Bandung, Indonesia.
11. Setiyawati, A. (2009). Tesis : Studi Kepuasan Pelanggan untuk Mencapai Loyalitas Pelanggan. Semarang: Universitas Diponegoro.
12. Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen,. Semarang: Universitas Diponegoro.
13. Sekaran, U. (2006). Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
14. Ferdinand, A. (2002). Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model – Model Rumit Dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor. Semarang: Universitas Diponegoro.
15. Santoso, S. (2012). Analisis SEM Menggunakan AMOS. Jakarta: Elex Media Komputindo.