

Analisis Pengaruh Servqual Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Jurusan Teknik Mesin Di Universitas “XYZ”)

Yassyir Maulana¹⁾, Murti Astuti¹⁾, Surachman²⁾

Mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Program Magiter dan Doktor Fakultas Teknik UB¹⁾

Jl. MT. Haryono No.167 Malang 65145, Indonesia

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya²⁾

Jl. MT. Haryono No.165 Malang 65145, Indonesia

[E-mail: yasir_biliar@yahoo.co.id](mailto:yasir_biliar@yahoo.co.id)

Abstract

In the future right now, thight competition not only happens to the economic sector, but have been venturing into the education sector. Improve quality is one of the business strategies that are used to improve customer satisfaction. Customer satisfaction will be achieved if the quality of product or service to be fulfilled suit their needs. But giving satisfaction to customers is not enough and even requisite is customer loyalty. Customer loyalty in the world of education closely related to loyalty student. Loyalty student are necessary for survival and existence of a college. Student who have high loyalty is an asset to college because give positive recommendation and encourage friends, brother and other civil society to use education service that have been perceived and experienced firsthand. This research aims to analyze the influence of the SERVQUAL variables consisting of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy with variable SATISFACTION and variable LOYALTY at the engineering university “XYZ”. This research was conducted by the method of survey, the data obtained through the distribution of questionnaires to 125 respondent, but respond only about 112 student. Method of sampling using Random Sampling. Data analyzed by the method of Structural Equation Modeling (SEM) using LISREL 8.80 program with Maximum Likelihood estimation. The result of this research can be concluded there was no correlation between variable SERVQUAL with variable LOYALTY, while there is a relationship between variable SERVQUAL with variabel SATISFACTION, then there is a relationship between variable SATISFACTION with variable LOYALTY. it can be concluded that, if the quality of service improved then student will be satisfied and expected with that satisfaction can create loyalty which is positive word of mouth.

Keywords: SERVQUAL, Student Satisfaction, Student Loyalty.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi sekarang ini, persaingan yang semakin ketat tidak hanya terjadi pada bidang ekonomi saja tetapi sudah merambah ke bidang pendidikan. Upaya peningkatan kualitas merupakan suatu solusi untuk mencapai keunggulan kompetitif. Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa dapat terpenuhi sesuai kebutuhannya. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci sukses lembaga pendidikan dalam jangka panjang. Apabila

pelanggan merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan, kemungkinan besar pelanggan akan menceritakan hal-hal yang positif kepada orang lain mengenai lembaga pendidikan tersebut. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka mereka kecenderungan akan mengeluh, menceritakan pengalaman buruknya kepada orang lain serta mereka dapat menggugat lembaga pendidikan ataupun organisasi tersebut. Barlow dalam Raharso menyatakan bahwa keluhan adalah hadiah dari pelanggan, bukan suatu ancaman [1]. Pelanggan yang mengeluh bisa berubah menjadi pelanggan yang loyal apabila

organisasi dapat menangani keluhan tersebut dengan baik [2].

Tetapi memberikan kepuasan kepada pelanggan saja tidak cukup, dan yang lebih diperlukan adalah loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan di dunia pendidikan erat kaitannya dengan loyalitas mahasiswa. Loyalitas mahasiswa sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup dan eksisnya suatu Perguruan Tinggi. Mahasiswa yang memiliki loyalitas yang tinggi merupakan aset Perguruan Tinggi karena memberikan rekomendasi yang positif dan mendorong teman, saudara maupun masyarakat lain untuk menggunakan jasa pendidikan yang telah dirasakan dan dialaminya. Program Studi Teknik Mesin Universitas "XYZ" merupakan salah satu Program Studi yang masih baru, karena baru dibuka pada tahun 2006. Jumlah mahasiswa Program Studi Teknik Mesin dari angkatan 2007-2011 sebanyak 195 orang, sedangkan yang sudah lulus dari angkatan tersebut sebanyak 13 orang. Jadi jumlah mahasiswa yang masih aktif sebanyak 182 orang.

Bertambahnya jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk menilai kepuasan serta loyalitas mahasiswa. Karena jika mahasiswa puas dan loyal, maka mahasiswa tersebut akan bertahan dan tidak keluar dari perguruan tinggi dan juga memberikan rekomendasi yang positif serta membicarakan hal-hal yang positif kepada orang lain. Hal tersebut dapat menumbuhkan minat orang untuk kuliah di Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ", sehingga akan terjadi pertambahan jumlah mahasiswa baru setiap tahunnya. Jumlah mahasiswa di Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" masih terbilang cukup banyak tapi jika tidak ada pertambahan jumlah mahasiswa yang signifikan setiap tahunnya, maka pihak organisasi seharusnya mulai khawatir atau waspada karena kemungkinan calon mahasiswa tersebut lebih memilih Perguruan Tinggi lain dibandingkan Universitas "XYZ". Permasalahan lain adalah banyaknya sarana dan prasarana yang belum lengkap, hal ini karena Program Studi Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" masih baru buka. Kelengkapan sarana dan prasarana tersebut tidak hanya bermanfaat untuk mahasiswa

tetapi juga bermanfaat untuk pihak organisasi dalam membantu menyelesaikan pekerjaan dengan lebih cepat dan mudah.

Untuk itu diperlukan penilaian serta pengukuran kualitas pelayanan pada Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" agar dapat diketahui tingkat kepuasan serta loyalitas mahasiswa yang sedang mendapatkan pendidikan di Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ". Untuk melakukan penilaian dan pengukuran kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh Jurusan Teknik Mesin kepada mahasiswanya, dalam penelitian ini akan digunakan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut SERVQUAL (*service quality*). SERVQUAL ini merupakan skala multi item yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan atas kualitas layanan yang meliputi lima dimensi, yaitu: *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati) [3]. Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui pengaruh SERVQUAL (*service quality*) terhadap KEPUASAN mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ", Untuk mengetahui pengaruh KEPUASAN mahasiswa terhadap LOYALITAS mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" dan Untuk mengetahui pengaruh SERVQUAL (*Service Quality*) terhadap LOYALITAS mahasiswa Jurusan Teknik Mesin di Universitas "XYZ".

METODE PENELITIAN

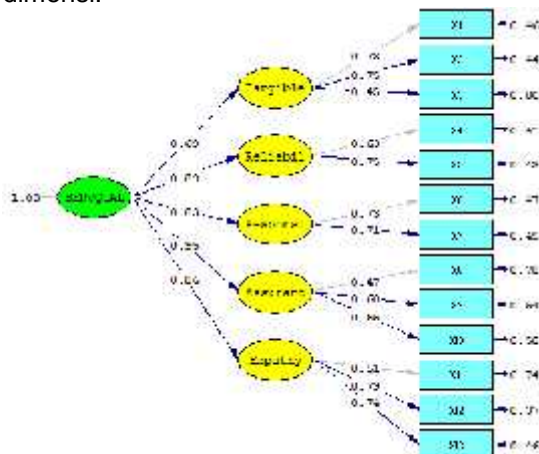
Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" dari angkatan 2007-2011. Jumlah keseluruhan dari mahasiswa tersebut adalah 182 orang. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *Simple Random Sampling*. Dari hasil perhitungan menggunakan rumus Slovin, diketahui 125 responden. Dari 125 kuesioner yang disebarkan, hanya 112 yang direspon atau dikembalikan oleh mahasiswa. Penelitian ini menggunakan analisis SEM atau *Structural Equation Modeling*, di mana menggunakan estimasi dalam penentuan sampel. Estimasi dalam penelitian ini menggunakan ML atau *Maximum Likelihood*. Menurut Hair et al, ukuran sampel yang disarankan untuk

estimasi ML adalah sebesar 100- 200 [4]. Jadi jumlah sampel sebanyak 112 memenuhi syarat karena diantara 100-200. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner atau angket. Pengukuran yang dilakukan pada kuesioner ini yaitu skala *Likert*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Untuk pengujian dengan menggunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)*, estimasi dilakukan secara bertahap. Pertama dilakukan dengan menggunakan teknik *Confirmatory Faktor Analysis* dan yang kedua yaitu dengan menggunakan teknik *Full Structural Equation Model* [5]. Tahap pertama adalah melakukan analisis analisis konfirmatori eksogen pada variabel SERVQUAL terlebih dahulu. Gambar 1 merupakan hasil output dari program LISREL 8.80. Gambar tersebut menjelaskan mengenai nilai *Loading Factor* dari masing-masing indikator dan dimensi. Terdapat dua tingkat dalam menganalisis variabel SERVQUAL ini, karena gambar 1 tersebut merupakan *Second Order Confirmatory Factor Analysis*. Tingkat pertama adalah menganalisis indikator dari masing-masing dimensi.



Gambar 1. Standardized Loading Factor SERVQUAL

a. Uji Kecocokan Model SERVQUAL

Langkah pertama yang dilakukan adalah menguji kecocokan model. Berikut adalah rekap dari hasil penelitian.

Tabel 1. Goodness Of Fit SERVQUAL

GOODNESS OF FIT	CUT OFF VALUE	HASIL	EVALUASI MODEL
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan Kecil	104.89	Tidak Baik
Probability	0.05	0.0003	Tidak Baik
RMSEA	0.08	0.082	Tidak Baik
GFI	0.90	0.87	Marginal Fit
AGFI	0.90	0.81	Marginal Fit
NFI	0.90	0.90	Baik
NNFI	0.90	0.94	Baik
CFI	0.90	0.95	Baik

Dari Tabel 1 diperoleh Hasil uji kecocokan model yang menunjukkan bahwa model dapat diterima karena diketahui dari Tabel 2 terdapat 3 ukuran yang tidak baik dan 4 memiliki ukuran yang baik. Sehingga model dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan indikator.

b. Uji Validitas Servqual

Setelah uji kecocokan model dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah menguji validitas data. Data dinyatakan valid, jika nilai *t*-valuenya 1.96 [6], sedangkan muatan faktor standarnya (*standardized loading factors*) 0.50 [7].

Tabel 2. Nilai Loading Factor dan t-value Second Order CFA

	Standardized Loading Factor	T-Value	Ket
X1 ← Tangible	0.73	1	Valid
X2 ← Tangible	0.75	5.65	Valid
X3 ← Tangible	0.45	4.00	Tidak
X4 ← Reliability	0.63	1	Valid
X5 ← Reliability	0.75	5.52	Valid
X6 ← Responsiveness	0.73	1	Valid
X7 ← Responsiveness	0.71	5.85	Valid
X8 ← Assurance	0.47	1	Tidak
X9 ← Assurance	0.68	4.26	Valid
X10 ← Assurance	0.65	4.17	Valid
X11 ← Empathy	0.51	1	Valid
X12 ← Empathy	0.79	4.97	Valid
X13 ← Empathy	0.74	4.85	Valid

Merujuk pada Tabel 2, diketahui bahwa terdapat dua indikator yang tidak valid yaitu indikator X3 (Kerapian Penampilan Karyawan) dan indikator X8 (Penilaian yang Transparan). Karena nilai *Loading Factormya*

kurang dari 0.5. Indikator X1, X4, X6, X8, dan X11, memiliki nilai t-value sebesar 1, hal tersebut dikarenakan nilai tersebut sudah diestimasi sebesar 1 sebelumnya. Indikator yang tidak valid harus dihilangkan dari model. Dengan menghilangkan indikator tersebut diharapkan dapat memperbaiki model secara keseluruhan khususnya pada uji kecocokan model (*Goodness of Fit*). Sebelum melanjutkan pengujian Reliability, terlebih dahulu dilakukan uji kecocokan model sekali lagi dengan meniadakan indikator X3 dan X8.

Hasil output *Goodness of Fit* dari LISREL setelah indikator X3 dan X8 dihilangkan dapat dilihat pada pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Goodness of Fit Index Hasil Modifikasi

GOODNESS OF FIT	CUT OFF VALUE	HASIL	EVALUASI MODEL
<i>Chi-Square</i>	Diharapkan Kecil	48.23	Tidak Baik
Probability	0.05	0.15	Baik
RMSEA	0.08	0.046	Baik
GFI	0.90	0.93	Baik
AGFI	0.90	0.88	Marginal Fit
NFI	0.90	0.94	Baik
NNFI	0.90	0.98	Baik
CFI	0.90	0.98	Baik

Dari Tabel 3, diketahui bahwa model menjadi lebih baik setelah indikator X3 dan indikator X8 dihilangkan dari model. Langkah selanjutnya adalah menguji validitas tingkat kedua dari *Second Order Confirmatory Factor Analysis*. Tingkat kedua ini menganalisis mengenai dimensi SERVQUAL dengan variabel SERVQUAL.

Tabel 4. Nilai Loading Factor dan t-value First Order CFA

	Standardized Loading Factor	T-Value	Ket
Tangible ← SERVQUAL	0.59	4.93	Valid
Reliability ← SERVQUAL	0.88	5.54	Valid
Responsiveness ← SERVQUAL	0.83	6.38	Valid
Assurance ← SERVQUAL	0.87	6.61	Valid
Empathy ← SERVQUAL	0.86	4.88	Valid

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa semua dimensi dari SERVQUAL adalah valid. Setelah uji kecocokan model dan uji validitas dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas data.

c. Uji Reliabilitas SERVQUAL

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

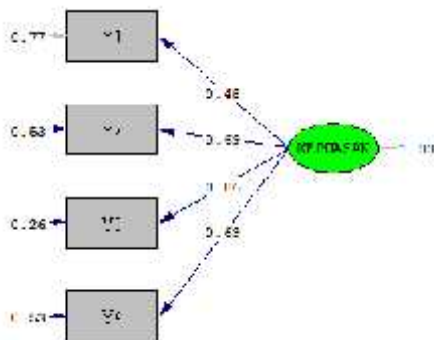
$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{std-loading})^2}{(\sum \text{std-loading})^2 + \sum \sigma_{\epsilon_i}^2} \quad (1)$$

Dari perhitungan diketahui bahwa Nilai *Construct Reliability* variabel *Tangible* adalah sebesar 0.75, hal ini dapat disimpulkan bahwa model dari variabel *Tangible* sangat reliabel karena nilai *Construct Reliability* di atas 0.7 (>0.7). Pada variabel *Reliability* diperoleh nilai *Construct Reliability* sebesar 0.65, dari perhitungan tersebut berarti dapat disimpulkan bahwa model untuk variabel *Reliability* adalah reliabel, karena nilai *Construct Reliability* di antara 0.5 sampai 0.7 (0.5<CR<0.7). Untuk variabel *Responsiveness* nilai *Construct Reliability*-nya sebesar 0.69, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa model dari variabel *Responsiveness* tersebut adalah reliabel, karena nilai *Construct Reliability*-nya antara 0.5 sampai 0.7 (0.5<CR<0.7). Hasil perhitungan nilai *Construct Reliability* pada variabel *Assurance* sebesar 0.68, karena hasil perhitungan tersebut di antara 0.5 sampai 0.7 (0.5<CR<0.7), sehingga dapat disimpulkan model ini reliabel. Sedangkan nilai *Construct Reliability* variabel *Empathy* dari hasil perhitungan diperoleh 0.73, dari hasil perhitungan tersebut disimpulkan bahwa model ini sangat reliabel, karena nilai *Construct Reliability*-nya lebih besar dari 0.70 (>0.70).

Tahap selanjutnya adalah mengukur *Construct Reliability* dari dimensi-dimensi SERVQUAL pada tingkat kedua dari *Second Order Confirmatory Factor Analysis*. Dari hasil perhitungan diketahui bahwa nilai *Construct Reliability*nya sebesar 0.91 yang berarti dimensi-dimensi dari SERVQUAL tersebut sangat reliabel karena nilai *Construct Reliability*nya lebih besar dari 0.70 (>0.70).

Setelah analisis konfirmatori eksogen pada variabel SERVQUAL telah dilakukan, maka Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis konstruk eksogen pada variabel KEPUASAN dan variabel LOYALITAS yang bertujuan untuk menguji unidimensional dari dimensi-dimensi pembentuk masing-masing

variabel endogen. Variabel-variabel laten atau konstruk ini terdiri dari 2 *unobserved variable* yaitu Kepuasan dan Loyalitas dengan masing-masing terdiri dari beberapa *observed variable* yaitu untuk Kepuasan terdiri dari Y1, Y2, Y3, dan Y4 sebagai indikator pembentuknya. Untuk variabel Loyalitas terdiri dari Z1, Z3, dan Z4 sebagai indikator pembentuknya.



Gambar 2. Standardized Loading Factor Variabel KEPUASAN

Pada gambar 2, diketahui nilai *Standardized Loading Factor* dari variabel KEPUASAN, tetapi sebelum membahas mengenai validitas, terlebih dahulu membahas masalah uji kecocokan model (*Goodness of Fit*) untuk mengetahui apakah model mempunyai kecocokan yang baik dengan data.

d. Uji Kecocokan Model KEPUASAN

Tabel 5. Goodness of Fit Index Variabel KEPUASAN

GOODNESS OF FIT	CUT OFF VALUE	HASIL	EVALUASI MODEL
Chi-Square	Diharapkan kecil	7.40	Baik
Probability	0.05	0.025	Tidak Baik
RMSEA	0.08	0.16	Tidak Baik
GFI	0.90	0.97	Baik
AGFI	0.90	0.84	Marginal Fit
NFI	0.90	0.95	Baik
NNFI	0.90	0.89	Marginal Fit
CFI	0.90	0.96	Baik

Pada Tabel 5, diketahui bahwa terdapat 2 ukuran yang tidak baik sedangkan ukurang

yang lainnya baik dan cukup baik. karena terdapat ukuran yang baik lebih banyak dari pada ukuran yang tidak baik, maka model tersebut dapat dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas.

e. Uji Validitas KEPUASAN

Tabel 6. Nilai Loading Factor dan t-value Variabel KEPUASAN

	Standardized Loading Factor	T-Value	Ket
Y1 ← KEPUASAN	0.48	4.93	Tidak Valid
Y2 ← KEPUASAN	0.69	7.39	Valid
Y3 ← KEPUASAN	0.86	9.60	Valid
Y4 ← KEPUASAN	0.69	7.44	Valid

Pada Tabel 6, terdapat satu indikator yang kurang mencerminkan variabel KEPUASAN yaitu indikator Y1 (Puas dengan Fasilitas), indikator ini dikatakan kurang mencerminkan atau mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel KEPUASAN karena nilai *Standardized Loading Factor*nya kurang dari 0.50. Jadi indikator Y1 dapat dihilangkan dari model. Dengan dihilangkannya indikator Y1 dari model, diharapkan dapat memperbaiki nilai *Goodness of Fit*.

Hasil output *Goodness of Fit* dari LISREL setelah indikator Y1 dihilangkan dapat dilihat pada pada Tabel 7.

Tabel 7. Nilai Loading Factor dan t-value Modifikasi

	Standardized Loading Factor	T-Value	Ket
Y2 ← KEPUASAN	0.63	6.51	Valid
Y3 ← KEPUASAN	0.93	9.46	Valid
Y4 ← KEPUASAN	0.66	6.82	Valid

Hasil output LISREL setelah indikator Y1 dihilangkan dari model menyatakan bahwa model sangat fit (*Perfect Fit*). Hal tersebut membuktikan jika data yang tidak valid dihilangkan dari model, maka model menjadi lebih baik.

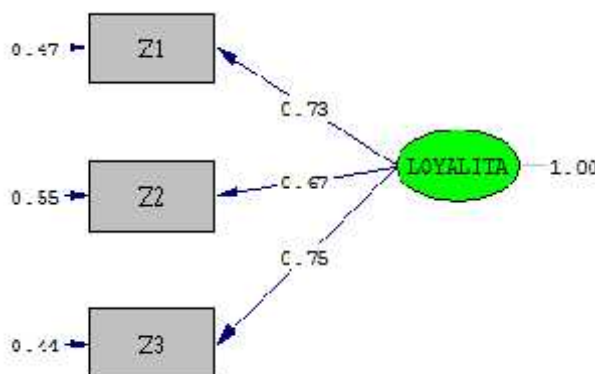
f. Uji Reliabilitas KEPUASAN

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa Variabel KEPUASAN sangat reliabel karena nilai *Construct Reliability*nya lebih besar dari 0.70 (>0.70).

Setelah menganalisis variabel KEPUASAN, selanjutnya adalah melakukan analisis faktor konfirmatori pada variabel LOYALITAS Mahasiswa. Variabel LOYALITAS mahasiswa mempunyai tiga indikator atau variabel teramati, indikator tersebut adalah Z1 (Rekomendasi), Z2 (Tidak Pindah) dan Z3 (*Positive Word of Mouth*). Langkah pertama yaitu menguji kecocokan model variabel Loyalitas.

g. Uji Kecocokan Model LOYALITAS

Dari hasil output menggunakan program LISREL 8.80, variabel LOYALITAS mahasiswa sangat fit (*Perfect Fit*). Model variabel LOYALITAS sangat baik atau terdapat kecocokan antara model dengan data. Sehingga model dapat digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel laten dengan indikatornya. Gambar 3 menerangkan mengenai nilai *Standardized Loading Factor* yang akan digunakan untuk menguji Validitas dan Reliabilitas terhadap model ini.



Gambar 3. *Standardized Loading Factor* Variabel LOYALITAS

h. Uji Validitas LOYALITAS

Dilihat dari Tabel 8, dapat disimpulkan bahwa semua indikator memenuhi syarat dan dapat dikatakan semua indikator dari LOYALITAS adalah valid.

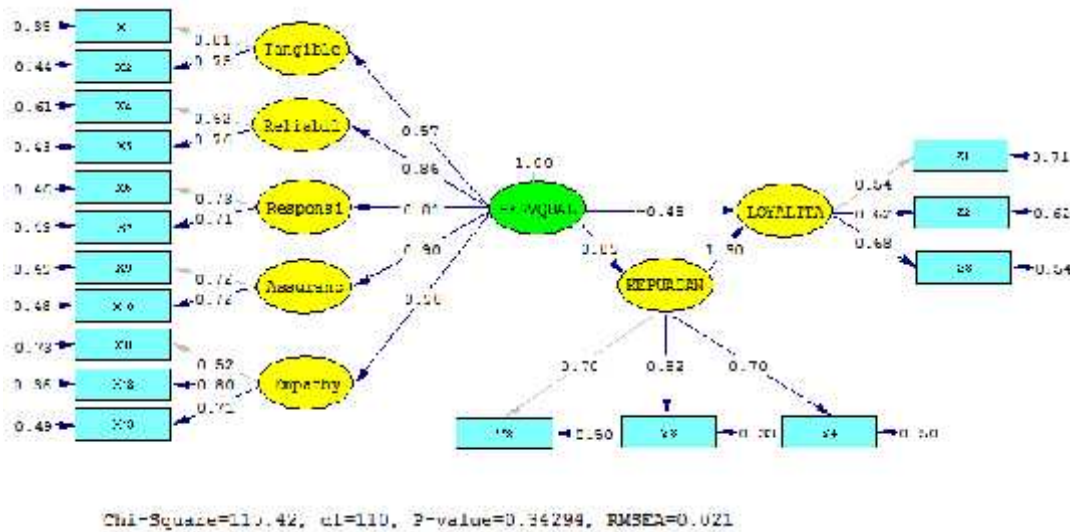
Tabel 8. Nilai *Loading Factor* dan *t-value* Variabel LOYALITAS

	Standardized Loading Factor	T-Value	Ket
Z1 ← LOYALITAS	0.73	7.31	Valid
Z2 ← LOYALITAS	0.67	6.75	Valid
Z3 ← LOYALITAS	0.75	7.50	Valid

i. Uji Reliabilitas LOYALITAS

Dari hasil perhitungan diketahui bahwa Variabel KEPUASAN sangat reliabel karena nilai *Construct Reliability*nya lebih besar dari 0.70 (>0.70).

Setelah melakukan analisis pada masing-masing variabel, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis keseluruhan atau Full Model.



Gambar 4. Standardized Loading Factor Full Model

Gambar 4 merupakan bentuk Full Model dari keseluruhan variabel beserta indikatornya. Dari gambar tersebut dapat diketahui hubungan antara variabel SERVQUAL, variabel KEPUASAN dan variabel LOYALITAS.

Tabel 9. Goodness of Fit Full Model

GOODNESS OF FIT	CUT OFF VALUE	HASIL	EVALUASI MODEL
Chi-Square	Diharapkan kecil	115.42	Tidak Baik
Probability	0.05	0.34	Baik
RMSEA	0.08	0.021	Baik
GFI	0.90	0.89	Marginal Fit
AGFI	0.90	0.85	Marginal Fit
NFI	0.90	0.94	Baik
NNFI	0.90	0.99	Baik
CFI	0.90	0.99	Baik

Tabel 9, menjelaskan mengenai uji kecocokan model. Hasil uji kecocokan model menunjukkan bahwa model masih bisa dibilang baik. Dari keterangan di atas dapat disimpulkan terdapat 1 ukuran yang tidak baik dan 6 memiliki ukuran yang baik. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model yang dikembangkan telah memenuhi persyaratan kelayakan model sehingga model sudah sesuai dengan data yang digunakan.

Selanjutnya adalah menganalisis Uji Normalitas Full Model. Estimasi dengan *Maximum Likelihood* menghendaki *variable observed* harus memenuhi asumsi normalitas *multivariate*. Analisis normalitas dilakukan dengan mengamati nilai *p-value* pada Kurtosis *multivariate*. Apabila nilai *p-value* > 0.05 maka data dikatakan mengikuti sebaran normal *multivariate* dan sebaliknya apabila nilai kurtosis *multivariate* < 0.05 data dikatakan tidak menyebar normal *multivariate*. Berdasarkan hasil yang diperoleh, diketahui bahwa nilai *p-value* sebesar 0.34 sehingga dapat dikatakan asumsi normalitas *multivariate* terpenuhi.

Tabel 10 menerangkan mengenai hubungan kausal antar variabel SERVQUAL, variabel KEPUASAN dan variabel LOYALITAS

Tabel 10. Hubungan Kausal Antar Variabel Laten

HIP	Path	Standard Loading Factor	T-Value	Ket
1	SERVQUAL → KEPUASAN	0.89	7.26	Terima
2	KEPUASAN → LOYALITAS	1.30	2.50	Terima
3	SERVQUAL → LOYALITAS	-0.48	-1.05	Tolak

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan langsung serta tidak langsung antara variabel SERVQUAL, variabel KEPUASAN dan variabel LOYALITAS. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa dimensi *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* dapat mencerminkan variabel SERVQUAL. Dari dimensi tersebut dimensi *Assurance* dan *Empathy* yang paling dapat mencerminkan variabel SERVQUAL. Disusul dengan dimensi *Reliability*, *Responsiveness* dan *Tangible* yang cukup mencerminkan variabel SERVQUAL. Dengan meningkatkan kesopanan dalam pelayanan, memahami keinginan mahasiswa, ketepatan waktu, kesiapan pelayanan dan kebersihan fasilitas fisik diharapkan dapat membuat mahasiswa menjadi puas. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta, di mana memiliki konsep penelitian yang hampir sama dengan penelitian ini. Hasil analisis dari penelitian Aryani dan Rosinta ini, menjelaskan bahwa dimensi yang paling mencerminkan variabel latennya yaitu variabel kualitas pelayanan adalah dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangible*. Hal ini membuktikan bahwa perbedaan tempat penelitian dapat memberikan hasil penelitian yang berbeda pula [8].

Variabel KEPUASAN merupakan tolak ukur untuk mengetahui kepuasan dari mahasiswa. indikator yang paling mencerminkan variabel KEPUASAN tersebut adalah indikator Y3 yaitu puas dengan pelayanan. Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kecepatan pelayanan dan kemampuan karyawan dalam melayani mahasiswa akan membuat mahasiswa puas. Sedangkan indikator yang kurang mencerminkan variabel KEPUASAN adalah indikator Y1 yaitu puas dengan fasilitas, sehingga dihapus dan dihilangkan dari model. Variabel LOYALITAS merupakan tolak ukur untuk mengetahui perilaku mahasiswa setelah mendapatkan pelayanan yang baik serta kepuasan. Indikator yang paling mencerminkan variabel LOYALITAS ini adalah indikator Z3 yaitu promosi mulut ke

mulut (*Word of Mouth*). Perilaku mahasiswa setelah mendapatkan pelayanan yang baik serta puas adalah melakukan promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*), WOM ini merupakan sebuah strategi yang sangat efektif untuk memperkenalkan Perguruan Tinggi khususnya Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" kepada orang lain, bahkan lebih efektif dari pada iklan karena tidak memerlukan biaya yang besar. Jika mahasiswa puas terhadap pelayanan yang diberikan, maka mahasiswa tersebut akan melakukan WOM yang positif mengenai penyedia layanan, sebaliknya jika mahasiswa kecewa terhadap pelayanan yang diberikan, maka mereka akan melakukan WOM yang negatif, yang mengakibatkan citra Perguruan Tinggi menjadi tidak baik.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan LISREL 8.80 diperoleh hasil yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel SERVQUAL dengan variabel KEPUASAN. Variabel SERVQUAL dapat menjelaskan variabel KEPUASAN sebesar 80%, sedangkan 20% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Hal ini diperkuat penelitian yang dilakukan oleh Anggoro Panji, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa, yang berarti dengan kualitas pelayanan baik maka akan mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa [9]. hal ini mengindikasikan bahwa baik atau tidaknya kualitas pelayanan akan mempengaruhi puas atau tidaknya mahasiswa. jika pelayanan yang diberikan oleh pihak organisasi Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" baik, maka akan membuat mahasiswa menjadi puas, sedangkan sebaliknya jika pelayanan yang diberikan oleh pihak organisasi Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" kurang baik, maka akan membuat mahasiswa tidak puas.

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan LISREL 8.80 diperoleh hasil yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel KEPUASAN dengan variabel LOYALITAS. Variabel KEPUASAN dapat

menjelaskan variabel LOYALITAS sebesar 80%, sedangkan 20% dijelaskan oleh faktor lain di luar model. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Seffy yang melakukan penelitian pada bidang penerbangan, di mana hasil penelitian tersebut menerangkan bahwa kepuasan pelanggan akan meningkatkan loyalitas pelanggan [10]. Jika mahasiswa merasa puas, maka kecenderungan mereka menjadi loyal, yang mana perilaku loyal tersebut akan memberikan keuntungan kepada Universitas "XYZ".

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan LISREL 8.80 diperoleh hasil yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel SERVQUAL dengan variabel LOYALITAS. Kontribusi variabel SERVQUAL terhadap variabel LOYALITAS sebesar 46%. Menurut hasil pengamatan bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel SERVQUAL dengan variabel LOYALITAS dikarenakan biasanya loyalitas selalu diiringi oleh kepuasan terlebih dahulu, hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Sadi, di mana dari hasil penelitiannya diperoleh hasil yang menyatakan bahwa tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan [11].

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pengujian hipotesis dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka selanjutnya dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel SERVQUAL dengan variabel KEPUASAN mahasiswa. Pihak Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" harus meningkatkan pelayanan kepada mahasiswa Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" terlebih dahulu sehingga menciptakan kepuasan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel KEPUASAN mahasiswa dengan variabel LOYALITAS mahasiswa. Hal ini berarti jika mahasiswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak

Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ", maka mahasiswa akan menjadi loyal dan akan melakukan perilaku promosi mulut ke mulut (*Word of Mouth*).

3. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel SERVQUAL terhadap variabel LOYALITAS mahasiswa. Hal ini membuktikan bahwa loyalitas tidak dapat tercipta melalui kualitas pelayanan, tetapi melalui kepuasan terlebih dahulu.

Tindakan yang segera perlu dilakukan oleh pihak Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ" adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat membuat mahasiswa tersebut puas terlebih dahulu yaitu memberikan pelayanan dengan cepat, sigap dan sopan. Dengan melakukan tindakan tersebut diharapkan dapat mendorong terciptanya perilaku loyal dari mahasiswa yaitu *Positive Word of Mouth* (WOM) yang akan memberikan keuntungan kepada Jurusan Teknik Mesin Universitas "XYZ".

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sylvana, Andi. 2006. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Intensi Meregistrasi Ulang Mahasiswa". *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, Volume. 2, Nomor 1, Maret 2006, 60-78.
- [2] Raharso, S. 2004. "Respon Organisasi Terhadap Keluhan Pelanggan Untuk Evaluasi Pascakonsumen". *Usahawan*, No.08, Thn. XXXIII, Agustus, p. 19-26.
- [3] Parasuraman, Berry and Zeithaml. 1988. SERVQUAL: A Multiple-item Scale For Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* 64 (1) Spring.
- [4] Hair, Joseph F. et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
- [5] Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modeling*. BP UNDIP.
- [6] Rigdon, E.E. dan C.E. Ferguson. 1991. The Performance of The Polychoric Correlation Coefficient and Selected Fitting Function in Confirmatory Factor

- Analysis with Ordinal Data. *Journal of Marketing Research*, 28, November, 491-497.
- [7] Igbaria, M., N. Zinatelli, P. Cragg dan A.L.M. Cavaye. 1997. Personal Computing Acceptable Factors in Small Firms: A Structural Equation Model. *MIS Quarterly*, September, 279-299.
- [8] Aryani, Dwi dan Rosinta, Febrina. 2010. Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Mei-Agus 2010, hlm. 114-126 ISSN 0854-3844.
- [9] Nugroho, Anggoro Panji. 2011. *Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa pada Perguruan Tinggi "AUB" Surakarta.* e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/probank/article/view/4.
- [10] Seffy, Virnanda Tiara., Patdono, Suwignjo dan Santoso, Budi. 2010. Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Komplain dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: PT. Garuda Indonesia Palembang. *Tesis Program Pascasarjana Institut Teknologi Sepuluh Nopember*. Surabaya.
- [11] Sadi. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Tahu Bakso Ibu Pudji, Ungaran-Semarang. *Tesis Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*. Semarang.