

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN AKADEMIK TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA UNUSIDA DENGAN PENDEKATAN *PARTIAL LEAST SQUARE (PLS)*

Untung Usada^{1*}, Luqman Hakim², dan Anita T. Kurniawati³

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo^{1,2}

Jurusan Teknik Informatika, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya³

*e-mail: u2_usada@yahoo.com

Abstract

University does not only provide graduates in quantity but also concern about the quality and high discipline, capable of being dynamisor, innovator, motivator and agent of change and to thread high quality of human resources for the various types and levels of expertise. University should care to students' service quality. University of Nahdlatul Ulama Sidoarjo is a new university in Sidoarjo. This University insists to improve the service quality. Service improvement is expected to affect the students' satisfaction and trust. So it will be impacted on students' loyalty. The purpose of this study is to identify the impact of satisfaction level of service quality and trust which are expected to affect the students' loyalty. The method used in this study is Partial Least Square (PLS), Smart PLS 2.0. The analysis results of existing models shows that service quality has an important role in keeping the students' loyalty. For students, excellent service will give satisfaction and trust so the loyalty can be risen.

Keywords: Service quality, Customer loyalty, Partial Least Square (PLS).

Abstrak

Perguruan tinggi bukan hanya menyediakan lulusan dalam jumlah banyak tetapi juga berkualitas dan disiplin tinggi, mampu menjadi dinamisator, inovator, motivator, dan penggerak pembangunan serta menghasilkan SDM yang berkualitas untuk berbagai jenis dan tingkatan keahlian. Perguruan tinggi harus memperhatikan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa. Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo merupakan institusi pendidikan tinggi baru di Sidoarjo. Institusi ini bertekad untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada mahasiswa. Peningkatan pelayanan diharapkan akan berpengaruh terhadap kepuasan dan kepercayaan mahasiswa sehingga akan berdampak pada loyalitas mahasiswa. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan akademik dengan tingkat kepuasan dan tingkat kepercayaan yang diharapkan akan berpengaruh juga terhadap loyalitas mahasiswa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Partial Least Square (PLS) dengan menggunakan software Smart PLS 2.0. Hasil analisis model yang ada adalah bahwa kualitas pelayanan mempunyai peran penting dalam menjaga loyalitas mahasiswa. Bagi mahasiswa, pelayanan yang prima akan memberikan kepuasan dan kepercayaan sehingga loyalitas pada universitas dapat terbangun.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, Loyalitas pelanggan, Partial Least Square (PLS).

1. PENDAHULUAN

Memasuki era kompetisi dalam pasar global dan pembangunan nasional seutuhnya, faktor Sumber Daya Manusia (SDM) yang memiliki kompetensi tinggi merupakan hal yang mutlak diperlukan. Kondisi tersebut semakin mendorong pemerintah, khususnya dunia pendidikan termasuk perguruan tinggi untuk segera menyiapkan SDM yang memiliki kompetensi tinggi. Perguruan Tinggi (PT) sebagai suatu lembaga penyedia jasa pendidikan dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan dan kepercayaan maksimal kepada masyarakat pengguna jasanya, yang pada gilirannya akan mampu mendorong kemajuan PT tersebut.

Pendidikan yang merupakan ujung tombak kemajuan sebuah bangsa telah mendapat prioritas dari pemerintah, khususnya kualitas pendidikan. Tujuannya agar dapat menghasilkan SDM yang berkualitas dan produktif. PT diharapkan bukan hanya menghasilkan lulusan dalam jumlah banyak, tetapi juga berkualitas dan disiplin tinggi, mampu menjadi dinamisator, inovator, motivator, dan sebagai penggerak pembangunan. PT diharapkan menghasilkan SDM yang berkualitas untuk berbagai jenis dan tingkatan keahlian. Untuk memenuhi semua itu, maka kualitas layanan terhadap mahasiswa harus ditingkatkan baik dari sisi kualitas maupun kuantitasnya.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang PT, tetapi harus dipandang dari penilaian mahasiswa. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik apabila sesuai dengan apa yang diharapkan, sebaliknya pelayanan akan dipersepsikan buruk

apabila tidak sesuai dengan yang diharapkan. Dengan kualitas pelayanan yang baik diharapkan akan mempengaruhi tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa. Kepuasan pelanggan adalah perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. Kepuasan pelanggan diharapkan akan berpengaruh terhadap loyalitas. Pelanggan yang loyal dapat memberikan keuntungan yang besar terhadap organisasi (Prasetyaningrum, 2009).

Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo (UNUSIDA) merupakan Institusi Pendidikan Tinggi baru di Sidoarjo, bertekad untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan baik pelayanan akademik maupun pembelajaran. UNUSIDA yang menunjukkan perkembangan yang sangat baik harus dapat mengadakan kerjasama dan mempunyai budaya saling berbagi didalam pengembangan dan peningkatan kualitas pelayanan terutama dibidang akademik. Dengan peningkatan pelayanan diharapkan akan berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi pengaruh kualitas pelayanan akademik dengan tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa yang diharapkan juga berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Tingkat kepuasan dan kepercayaan mahasiswa dapat dijadikan sebuah ukuran kinerja pengelolaan proses belajar di suatu PT (Maulana, dkk, 2012).

Dari permasalahan tersebut, maka dapat dilakukan suatu analisis faktor kualitas pelayanan akademik yang paling mempengaruhi kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas mahasiswa, sehingga dapat mengoptimalkan perkembangan dan pertumbuhan UNUSIDA. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS) dengan menggunakan bantuan *software smartPLS 2.0*.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Prasetyaningrum (2009) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk sikap yang saling berkaitan, tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Hal ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Jika kinerja < harapan (*Performance < Expectation*), maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan.
2. Jika kinerja = harapan (*Performance = Expectation*), maka pelayanan dianggap memuaskan, tetapi tingkat kepuasannya minimal karena pada keadaan seperti ini dapat dianggap belum ada keistimewaan layanan.
3. Jika kinerja > harapan (*Performance > Expectation*), maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan, karena pelayanan yang diberikan ada pada tahap yang optimal.

Kepuasan Pelanggan

Tse dan Wilton (1998) dalam Prasetyaningrum (2009) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai respon konsumen terhadap evaluasi diskrepansi/ketidaksesuaian yang dirasakan antara ekspektasi sebelumnya (atau beberapa norma kinerja lain) dan kinerja aktual dari produk sebagaimana

yang dirasakan setelah pengkonsumsian. Engel, dkk (1995) dalam Prasetyaningrum (2009) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan merupakan respon terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Oliver (1977), Rust, dkk (1994) dalam Prasetyaningrum (2009), berpendapat bahwa tujuan pengukuran kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan informasi supaya pelanggan menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan.

Kepercayaan Pelanggan (*Trust*)

Trust adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan (Prasetyaningrum, 2009).

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas konsumen merupakan suatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan karena adanya keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap obyek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif (Prasetyaningrum, 2009). Ini merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak

perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut.

Partial Least Square (PLS)

Partial Least Square (PLS) dikembangkan pertama kali oleh Herman Wold pada tahun 1982. Ada beberapa metode yang dikembangkan berkaitan dengan PLS yaitu model *PLS Regression* (PLS-R) dan *PLS Path Modeling* (PLS-PM). *PLS Path Modeling* dikembangkan sebagai alternatif pemodelan persamaan struktural (SEM) yang dasar teorinya lemah. PLS-PM berbasis varian berbeda dengan metode SEM dengan *software* AMOS, Lisrel, EQS menggunakan basis kovarian. Ada beberapa hal yang membedakan analisis PLS dengan model analisis SEM yang lain (Sanjiwani, 2015):

1. Data tidak harus berdistribusi normal.
2. Dapat digunakan sampel kecil. Minimal sampel > 30 dapat digunakan.
3. PLS selain dapat digunakan untuk mengkonfirmasi teori, dapat juga digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya hubungan antar variabel laten.
4. PLS dapat menganalisis sekaligus konstruk yang dibentuk dengan indikator reflektif dan formatif.
5. PLS mampu mengestimasi model yang besar dan kompleks dengan ratusan variabel laten dan ribuan indikator.

Dalam *PLS Path Modeling* terdapat dua model yaitu *outer* dan *inner* model. Kriteria uji dilakukan pada kedua model tersebut (Sanjiwani, 2015).

a) **Outer Model** (Model *Measurement*)

Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya. *Outer model* juga mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel

latennya. Uji yang dilakukan pada *outer model*: *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability*, *Average Variance Extracted* (AVE), dan *Cronbach Alpha*. Uji yang dilakukan di atas merupakan uji pada *outer model* untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu *Significance of weights* dan *multicollinearity*. Masih ada dua uji untuk indikator formatif yaitu *nomological* dan *external validity*. Dalam *outer model* terdapat dua tipe indikator yaitu indikator reflektif dan formatif.

b) **Inner Model** (Model *Structural*)

Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji hubungan antara konstruk laten. Ada beberapa uji untuk model struktural yaitu: *R Square* pada konstruk endogen, *Estimate for Path Coefficients*, *Effect Size* (*f square*), *Prediction relevance* (*Q square*) atau dikenal dengan Stone-Geisser's.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan dua jenis data menurut cara memperoleh/mengumpulkan yaitu data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden dengan cara pengumpulan kuesioner dan observasi. Data sekunder yang dikumpulkan bersumber pada dokumentasi dan internet. Analisis menggunakan Metode *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software smartPLS 2.0*. Model menggunakan empat variabel dengan indikator-indikator

yang akan diukur. Adapun variabel-variabel dan indikatornya adalah:

a. Pelayanan Akademik

Parasuraman et al., (1988) dikutip dalam Subiyantoro (2012) mengidentifikasi *service quality* yang terkait dengan harapan pelanggan dengan lima dimensi yakni: Tampilan Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Emphaty*).

b. Kepuasan Mahasiswa

Indikator yang digunakan adalah sistem layanan yang baik, kemudahan

dan kecepatan memperoleh informasi, biaya yang tidak terlalu mahal, dan lulus tepat waktu.

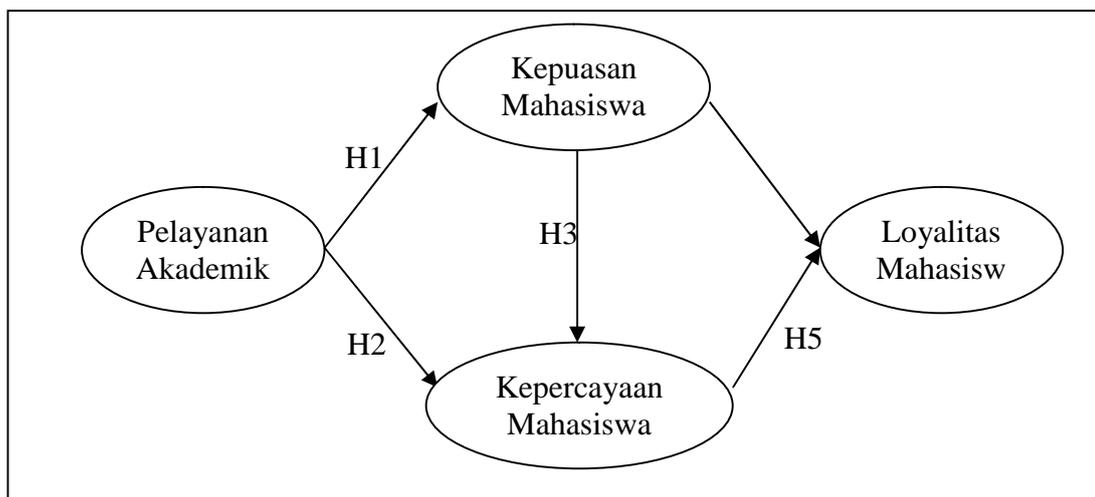
c. Kepercayaan Mahasiswa

Indikator yang digunakan adalah Persepsi Terhadap Resiko (*Perceived Risk*) dan Tanggung Jawab.

d. Loyalitas Mahasiswa

Indikator yang digunakan adalah tidak berpindahnya mahasiswa ke universitas lain, rekomendasi, dan *positive word of mouth*.

Konsep model digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Konsep

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Hipotesis 1: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan akademik terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Hipotesis 2: Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan akademik terhadap kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis 3: Terdapat pengaruh positif

antara kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa.

Hipotesis 4: Terdapat pengaruh positif antara kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

Hipotesa 5: Terdapat pengaruh positif antara kepercayaan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

3. HASIL DAN DISKUSI

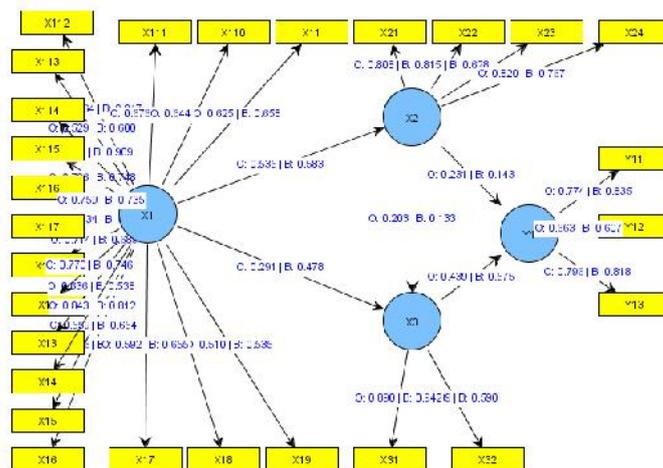
Berdasarkan perhitungan dengan bantuan *software smartPLS 2.0* didapatkan nilai-nilai sebagai berikut:

- Nilai *Convergent* dan *Discriminant Validity* semua indikator mempunyai nilai lebih dari 0,5 sehingga indikator-indikator yang dipakai dapat digunakan sebagai alat ukur.
- Nilai *Composite Reliability* untuk X1 = 94,1%, X2 = 88,9%, X3 = 74,5%, dan untuk Y1 = 79,0%. Hal ini menjelaskan bahwa model mempunyai akurasi dan ketelitian yang sangat baik.
- Goodness of fit inner* model, nilai X1 = 0,0, X2 = 0,286, X3 = 0,189 dan Y1 = 0,318.
Hampir semua nilai ada dibawah 0,33 sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel laten sangat lemah.
- Average Variance Extracted (AVE)*, nilai X1 = 0,479, X2 = 0,670, X3 = 0,600, dan Y1 = 0,557. Artinya bahwa

rata-rata varian dari masing-masing variabel laten memenuhi syarat yaitu lebih besar dari 0,5 kecuali variabel X1.

Nilai-nilai yang didapatkan dari model digunakan untuk menguji apakah model dapat digunakan untuk mewakili sebuah populasi. Berdasarkan nilai yang didapat disimpulkan bahwa model dapat dipakai secara *general* untuk mengetahui pengaruh antar variable (Rinala, dkk, 2013).

Nilai *Convergent* dan *Discriminant Validity* yang semuanya lebih besar dari 0,5 menunjukkan bahwa indikator dapat digunakan sebagai alat ukur (Samosir, 2005). Nilai CR yang semuanya juga diatas 0,7 menjelaskan bahwa indikator dalam model mempunyai akurasi dan ketelitian yang sangat baik. Nilai *Goodness of fit inner* pada model menunjukkan lemahnya hubungan antar variabel karena nilainya dibawah 0,33. Ini menunjukkan bahwa hubungan antar variabel kurang dari 33%.



Gambar 2. Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan uji yang dilakukan, maka model dalam penelitian ini dapat diterima.

Selanjutnya berdasarkan hasil *bootstrapping* akan dilakukan uji terhadap hipotesis.

Tabel 1. Hasil Pengolahan Data

	<i>Original sample estimate</i>	<i>Mean of subsamples</i>	<i>Standard deviation</i>	<i>T-Statistic</i>
X1 -> X2	0,535	0,583	0,031	17,176
X1 -> X3	0,291	0,478	0,058	4,982
X2 -> X3	0,203	0,133	0,188	1,079
X2 -> Y1	0,231	0,143	0,088	2,608
X3 -> Y1	0,439	0,575	0,118	3,714

Pengujian hipotesis 1, terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan akademik terhadap variabel kepuasan mahasiswa dengan nilai t hitung sebesar 17,176 (lebih besar dari 1,661 dengan tingkat kepercayaan 95%). Keputusan ini memberikan arti bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Hasil uji struktur menghasilkan *loading factor* sebesar 0,535. Angka ini berada diatas 0,40 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah signifikan. Sebesar 53,5% faktor kualitas pelayanan merupakan hal sangat berarti bagi kepuasan mahasiswa sedangkan 46,5% ditentukan oleh faktor yang lain.

Pengujian hipotesis 2, terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan akademik terhadap kepercayaan mahasiswa dengan nilai t hitung sebesar 4,982 (lebih besar dari 1,661 dengan tingkat kepercayaan 95%). Keputusan ini memberikan arti bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepercayaan mahasiswa. Hasil uji struktur menghasilkan *loading factor* sebesar 0,291. Angka ini berada dibawah 0,40 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sangat lemah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap

kepercayaan mahasiswa sebesar 29,1%, sedangkan 70,9% dipengaruhi faktor lain.

Pengujian hipotesis 3, terdapat pengaruh positif antara kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa dengan nilai t hitung sebesar 1,079 (lebih kecil dari 1,661 dengan tingkat kepercayaan 95%). Keputusan ini memberikan arti bahwa variabel kepuasan mahasiswa tidak mempunyai pengaruh positif terhadap variabel kepercayaan mahasiswa. Hasil uji struktur menghasilkan *loading factor* sebesar 0,203. Angka ini berada dibawah 0,40 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sangat lemah. Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa sebesar 20,3%, sedangkan 79,8% dipengaruhi faktor lain. Hal ini juga menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa tidak mempengaruhi atau sedikit sekali pengaruhnya terhadap kepercayaan mahasiswa.

Pengujian hipotesis 4, terdapat pengaruh positif antara kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa dengan nilai t hitung sebesar 2,608 (lebih besar dari 1,661 dengan tingkat kepercayaan 95%). Keputusan ini memberikan arti bahwa variabel kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh positif terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

Hasil uji struktur menghasilkan *loading factor* sebesar 0,231. Angka ini berada dibawah 0,40 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sangat lemah. Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa sebesar 23,1%, 76,9% dipengaruhi faktor lain.

Pengujian hipotesis 5, terdapat pengaruh positif antara kepercayaan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa dengan nilai t hitung sebesar 3,714 (lebih besar dari 1,661 dengan tingkat kepercayaan 95%). Keputusan ini memberikan arti bahwa variabel kepercayaan mahasiswa mempunyai pengaruh positif terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Hasil uji struktur menghasilkan *factor loading* sebesar 0,439. Angka ini berada diatas 0,40 yang menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah kuat (signifikan). Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap kepercayaan mahasiswa sebesar 43,9%, sedangkan 57,1% dipengaruhi faktor lain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis hasil pengolahan data dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan akademik di UNUSIDA mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Pengaruh tersebut secara tidak langsung ditunjukkan dengan adanya kepuasan dan kepercayaan mahasiswa. Kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap UNUSIDA secara langsung memberikan dampak kepada loyalitas mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Maulana, Y& Astuti, M & Surachman. (2012). Analisis Pengaruh Servqual terhadap Kepuasan serta Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Jurusan Teknik Mesin Di Universitas XYZ). *Jurnal Rekayasa Mesin* Vol. 3 No. 1 tahun 2012: 258-267, Malang.
- Prasetyaningrum, I.D. (2009). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undaris Ungaran). *Tesis*, Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Rinala, I.N, Yudana, I.M, dan Natajaya, I.N. (2013), Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, *e-journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha*, Bali, Vol. 4.
- Samosir, Z.Z. (2005). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU, *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol.1 No.1 Juni 2005.
- Sanjiwani, M & Jayanegara, K & Kencana I.P.E.K. (2015). Analisa Kepuasan Konsumen Restoran Cepat Saji Menggunakan Metode PLS (Studi Kasus: Burger King Bali), *e-jurnal Matematika* Vol 4 (3), Agustus 2015, pp 98-103. Universitas Udayana. Bali.
- Subiyantoro, Y. Y. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Kepuasan Mahasiswa terhadap Minat Berperilaku (WOM) Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Pengguna Laboratorium Komputer STIKOM Surabaya). SNASTI, Surabaya.