

Daya Tanggap, Keandalan, Jaminan, Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Citra UMM

Dian Oktarina¹⁾, Angga Kurniawan²⁾

Universitas Muhammadiyah Metro

Jalan. Ki Hajar Dewantara 116 Iringmulyo, Kota Metro,

Telp/Fax : (0725) 42445- 42454 kode Pos 34111

e-mail : dianoctarina_29@yahoo.com¹⁾, angga22.umm@gmail.com²⁾

Abstrak

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) pengaruh langsung positif daya tanggap (*responsiviness*) terhadap jaminan (*assurance*)? (2) pengaruh langsung positif keandalan (*reliability*) terhadap jaminan (*assurance*)? (3) pengaruh langsung positif daya tanggap (*responsiviness*) terhadap kepuasan mahasiswa ? (4) pengaruh langsung positif keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan mahasiswa? (5) pengaruh langsung positif keandalan (*reliability*) terhadap Citra UMM ? (6) pengaruh langsung positif jaminan (*assurance*) terhadap Citra UMM ?. Penelitian ini menggunakan 314 Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Metro sebagai Responden yang sampelnya dipilih menggunakan *Propositional Random Sampling*, data yang terpilih selanjutnya diolah menggunakan *SPSS* versi 25 dan dianalisis menggunakan *Path Analysis* versi *Lisrel 88*. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Citra Universitas Muhammadiyah Metro. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan Analisis Jalur (*Part Analysis*) diperoleh daya tanggap berpengaruh positif terhadap jaminan sebesar 0,39, keandalan berpengaruh langsung positif yang paling besar terhadap jaminan sebesar 0,37, daya tanggap berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,37, jaminan berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,28. Keandalan berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM sebesar 0,44. Dan jaminan berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM sebesar 0,29. Tinjauan hasil penelitian ini memungkinkan untuk digunakan dalam mengembangkan teori tentang Kepuasan dan Citra.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan, Citra

1. Pendahuluan

Kualitas Layanan merupakan tuntutan terhadap Perguruan Tinggi dewasa ini bukan hanya sebatas kemampuan untuk menghasilkan lulusan yang diukur secara Akademik, melainkan keseluruhan program dan lembaga-lembaga Perguruan Tinggi harus mampu membuktikan kualitas yang tinggi yang didukung oleh akuntabilitas yang ada. Bukti prestasi, penilaian, sertifikasi kualitas, keberhasilan alumni dalam mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan bidang ilmunya, serta hasil evaluasi juga dibutuhkan untuk memperoleh pengakuan dari Masyarakat.

Universitas Muhammadiyah Metro (UMM) memiliki 3 program Pasca Sarjana, 14 program studi Strata 1, dan 3 program Diploma. Banyaknya program studi yang telah disuguhkan tersebut diharapkan dapat mempertahankan Mahasiswa yang telah bergabung serta mencari calon Mahasiswa baru. Berikut daftar Program Pasca Sarjana, Program Studi, dan Diploma di Universitas Muhammadiyah Metro (UMM), dan Jumlah Mahasiswa yang aktif pada tahun 2017, beserta dosen tetap dan tidak tetap di Universitas Muhammadiyah Metro (UMM), dapat dilihat pada tabel 1 berikut :

Tabel 1. Jumlah Dosen dan Mahasiswa Aktif UMM Tahun 2017

No.	PROGRAM STUDI	FAKULTAS	Jumlah		
			MAHASISWA	DOSEN TETAP	DOSEN TIDAK TETAP
1.	DIPLOMA	1. Akutansi	25	2	6
		2. Keuangan dan perbankan	63	12	6
		3. Manajemen Informatika	217	13	5
		JUMLAH	305	27	17
2.	STRATA	1. FKIP	1.275	77	25
		2. TEKNIK	525	23	5
		3. HUKUM	408	15	5
		4. AGAMA ISLAM	237	12	5
		5. EKONOMI	1016	15	13
		JUMLAH	3461	142	53

Sumber: Universitas Muhammadiyah Metro, 2017

Jumlah Mahasiswa UMM dari Tahun 2014 sampai dengan Tahun 2017, dapat dilihat pada Tabel 1.2 diperoleh gambaran bahwa jumlah mahasiswanya mengalami penurunan pada setiap semesternya, dan meningkat lagi pada tahun ajaran baru semester ganjil dan selalu mengalami penurunan di semester genap, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa di UMM Tahun 2014-2017

Tahun	Jumlah Mahasiswa		Selisih (-)
	Semester ganjil	Semester genap	
2014	4126	3869	-257
2015	4010	3865	-145
2016	3965	3871	-94
2017	4040	3766	-274

Sumber : Universitas Muhamadiyah Metro 2017

Berdasarkan data pada Tabel 1 dan Tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa Jumlah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro Pada Tahun 2015, ke Tahun 2016 jumlah mahasiswanya mengalami penurunan. Hal ini menunjukan indikasi bahwa masih rendahnya tingkat Kepuasan Mahasiswa.

Adapun tujuan didalam penelitian ini, maka dipandang penting untuk dikaji berkenaan dengan Kepuasan Mahasiswa pada Universitas Muhammadiyah Metro yang ada di Lampung yang tidak dapat diabaikan dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya, antara lain : *Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa, dan Citra UMM.*

Perspektif pengukuran kualitas bisa dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu Internal dan Eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect ("doing it right the first time"* atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan, dan *customer delight* [13].

Kualitas layanan menarik untuk diamati, determinan kualitas jasa untuk tipe industri yang sama bisa bervariasi menurut konteks' riset yang dilakukan. Riset yang dilakukan Joseph [13] tentang persepsi mahasiswa terhadap kualitas jasa Universitas di Selandia baru mengungkapkan 7 determinan utama : isu-isu program studi, reputasi akademik, aspek fisik/biaya, peluang karir, lokasi, waktu dan faktor-faktor lain.

Dalam perkembangan, Parasuraman menemukan bahwa kesepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi "TERRA" yaitu :

1. *Tangibles* (Bukti Fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemampuan memahami kebutuhan para pelanggan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu keinginan perusahaan melalui karyawannya untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Reliability* (Keandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
5. *Assurance* (Jaminan), meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan.

Citra Perusahaan merupakan gambaran yang ada dalam benak konsumen tentang kondisi umum suatu Perusahaan, baik dalam bentuk gambaran positif maupun negatif. Menurut Aaker dan menyatakan "*image is perceptions of an organization reflected in the associations held in consumer memory*" [15]. Yang artinya Citra merupakan persepsi Organisasi terhadap Perusahaan atau Produknya. Dan didalam penelitian ini Citra UMM sebagai variabel yang diteliti.

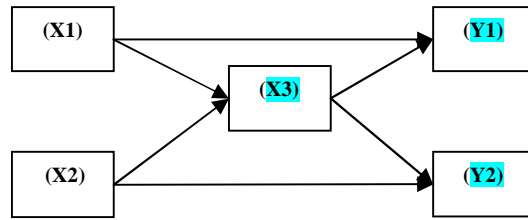
Dari Definisi tersebut tersirat bahwa Citra Perusahaan adalah Hasil murni dari perasaan orang, keyakinan, pengalaman, pikiran , kesan, dan pengetahuan seseorang tentang suatu organisasi. Citra menentukan karakter perusahaan dalam arti bagaimana para pemangku kepentingan membedakan korporasi. Citra perusahaan sebagai dimensi tunggal. Menurut Biel dalam [14] brand image memiliki tiga komponen yaitu *corporate image* (citra perusahaan), *user image* (citra pemakai) dan *product image* (citra produk). Menurut Nguyen dan Leblanc, faktor-faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan jasa adalah identitas perusahaan, reputasi, tanda-tanda *tangible*, *contact personnel*, dan tingkatan jasa. Citra mempunyai dua komponen prinsip, yaitu fungsional dan emosional. Komponen fungsional berhubungan dengan karakteristik berwujud, dapat dengan mudah diukur, sedangkan komponen emosional diasosiasikan dengan dimensi psikologi yang dihubungkan dengan perasaan dan sikap terhadap suatu organisasi [10]. [2] mendefinisikan kepuasan adalah:

"*Satisfactions is defined here as post-consumption evaluation that a chosen alternative at least meets or exceeds expectations*".Kepuasan didefinisikan di sini sebagai evaluasi pasca konsumsi bahwa alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh langsung daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap jaminan (*Assurance*)?
2. Apakah ada pengaruh langsung keandalan (*Reliability*) terhadap jaminan (*Assurance*)?
3. Apakah ada pengaruh langsung daya tanggap (*Responsiveness*) terhadap Kepuasan Mahasiswa ?
4. Apakah ada pengaruh langsung keandalan (*Reliability*) terhadap Kepuasan Mahasiswa?
5. Apakah ada pengaruh langsung keandalan (*Reliability*) terhadap Citra UMM ?
6. Apakah ada pengaruh langsung jaminan (*Assurance*) terhadap Citra UMM ?

Berdasarkan Latar Belakang, Rumusan Masalah,dan Teori adapun kerangka pikir yang dapat disajikan adalah seperti gambar 1 berikut :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Kerangka Pemikiran di atas maka disusunlah Hipotesis sebagai berikut:

- H₁** : Terdapat Pengaruh langsung positif Daya Tanggap terhadap Jaminan.
- H₂** :Terdapat Pengaruh langsung positif Keandalan terhadap Jaminan.
- H₃** : Terdapat Pengaruh langsung positif Daya Tanggap terhadap Kepuasan Mahasiswa.
- H₄** : Terdapat Pengaruh Langsung positif Jaminan terhadap Kepuasan Mahasiswa.
- H₅** : Terdapat Pengaruh langsung Keandalan terhadap Citra UMM.
- H₆**: Terdapat Pengaruh Langsung positif Jaminan terhadap Citra UMM.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Universitas Muhammadiyah Metro, Lampung. Yang memiliki Kantor Pusat di Jalan. Ki Hajar Dewantara 15 A Metro. Adapun waktu dan jadwal pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Maret 2018 sampai dengan bulan Agustus 2018. Obyek penelitian yang digunakan didalam penelitian ini adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber data, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya [12]

Untuk menguji pengaruh antar variabel di atas peneliti menggunakan Analisis Jalur (*Path Analysis*). Yang menjadi perbedaan mendasar dimana analisis path memungkinkan pengujian dengan menggunakan variabel *mediating/intervening* [5].

Populasi merupakan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian[6]. Dalam penelitian populasi yang menjadi sasaran penelitiannya, yang disebut dengan populasi sasaran (target populasi). Yaitu seluruh mahasiswa S1,dan D3 yang berjumlah 3.766 Mahasiswa, dan populasi terjangkauanya adalah 1.450 Mahasiswa yang masih aktif kuliah di Universitas Muhammadiyah Metro.

Berdasarkan data yang anda ketahui bahwa jumlah populasi terjangkau sebanyak 1.450 Mahasiswa yang masih aktif kuliah di Universitas Muhammadiyah metro. Setelah dilakukan penghitungan dengan menggunakan rumus *slovin* diatas didapati jumlah sampel minimal n= 313,51. Atau dibulatkan menjadi 314.

Untuk memenuhi kecukupan data, maka dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah sebanyak 314 responden. Adapun Persentase Responden pada masing-masing Fakultas dapat dilihat pada Tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Jumlah Sampel di masing-masing Fakultas Pada UMM berdasarkan Proposional *Stratified Random Sampling* Pada Tahun 2017.

No.	Fakultas	∑ Mahasiswa	Sampel
1.	FKIP	490	106
2.	Teknik	202	43
3.	Hukum	157	34
4.	Agama Islam	91	19
5.	Ekonomi	391	84
6.	D3 Komputer	83	18
7.	D3 keu dan perbankan	33	7

Sumber: Data Diolah, 2018

2.1. Pengujian Hipotesis

1. Model Struktur Estimasi

Hasil measurement model seperti tabel 4 berikut:

Tabel 4 : Measurement Model Results:
 Summary Statistics of Model Fit

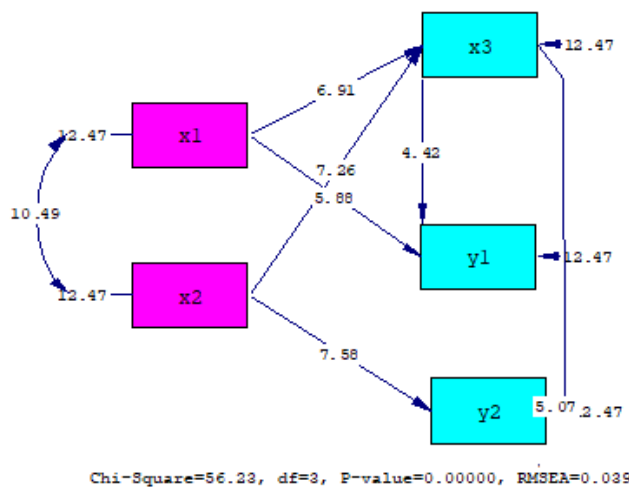
χ^2 (Minimum fit chi-square)	61,21
χ^2 / df (degrees of freedom)	3
RMSEA ^a (Root Mean Square Error of Approx.)	0,039
CFI ^b (Comparative fit index)	0,95
SRMR ^c (Stand. root mean square residual)	0,07

^aRMSEA values below 0.08 indicate adequate fit
^bCFI values close to 1 indicate a good fit
^cSRMR values below 0.07 indicate adequate fit

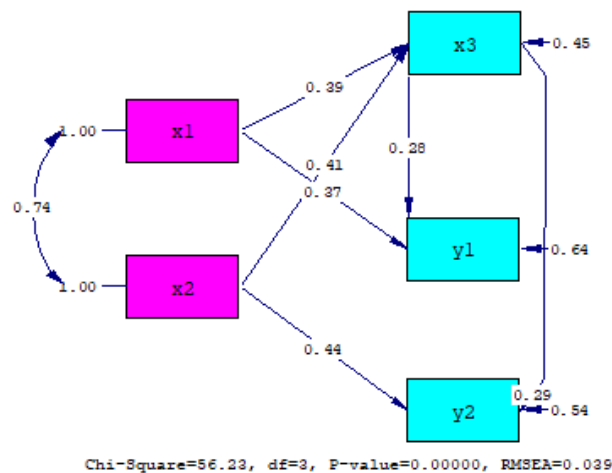
Seperti ditunjukkan pada Tabel 4, keseluruhan model struktur estimasi yang diinginkan adalah baik (fit). (RMSEA = 0,039, CFI = 0,95 , SRMR = 0,070).

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel Laten

Berdasarkan nilai-nilai pada koefisien jalur (β) dan pengujian Hipotesis Sub I , Sub II, dan Sub III. Terlihat Bahwa Enam hipotesis koefisien tersebut > 0,05 sehingga konstelasi hubungan antar variabel laten tidak mengalami perubahan. Konstelasi awal dapat divisualisasikan melalui gambar 2 dan 3 berikut:



Gambar 2. Koefisien Jalur Model T-Value



Gambar 3. Koefisien Jalur Model *Standardized Solution*

2.2. Model Sub-Struktur I

Analisis jalur untuk menguji hipotesis 1 dan 2.

Hipotesis 1 : **Responsiveness Berpengaruh Langsung Positif terhadap Assurance**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_1X_1 \leq 0$$

$$H_1 : b_1X_1 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur I diperoleh hasil koefisien jalur (b_1X_1) sebesar 0,39 dan nilai t_{hitung} sebesar 6,91. karena $t_{hitung} = 6,91 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_1X_1) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh langsung positif terhadap *assurance*.

Hipotesis 2 : **Reliability Berpengaruh Langsung Positif terhadap Assurance**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_2X_2 \leq 0$$

$$H_1 : b_2X_2 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur I diperoleh hasil koefisien jalur (b_2X_2) sebesar 0,41 dan nilai t_{hitung} sebesar 7,26. karena $t_{hitung} = 7,26 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_2X_2) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh langsung positif terhadap *assurance*.

2.3. Model Sub-Struktur II

Analisis jalur untuk menguji hipotesis 3 dan 4.

Hipotesis 3 : **Responsiveness Berpengaruh Langsung Positif terhadap kepuasan Mahasiswa**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_3X_3 \leq 0$$

$$H_1 : b_3X_3 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur II diperoleh hasil koefisien jalur (b_3X_3) sebesar 0,37 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,88. karena $t_{hitung} = 5,88 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_3X_3) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *responsiveness* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan Mahasiswa.

Hipotesis 4 : **Reliability Berpengaruh Langsung Positif terhadap kepuasan Mahasiswa**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_4X_4 \leq 0$$

$$H_1 : b_4X_4 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur II diperoleh hasil koefisien jalur (p_3X_3) sebesar 0,28 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,42. karena $t_{hitung} = 4,42 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak

dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_4X_4) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan Mahasiswa.

2.4. Model Sub-Struktur III

Analisis jalur untuk menguji hipotesis 5 dan 6.

Hipotesis 5 : **Reliability Berpengaruh Langsung Positif terhadap Citra UMM**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_5X_5 \leq 0$$

$$H_1 : b_5X_5 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur II diperoleh hasil koefisien jalur (b_5X_5) sebesar 0,44 dan nilai t_{hitung} sebesar 7,58. karena $t_{hitung} = 7,58 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_5X_5) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *reliability* berpengaruh langsung positif terhadap citra UMM.

Hipotesis 6 : **Assurance Berpengaruh Langsung Positif terhadap Citra UMM**

Hipotesis penelitian yang akan diuji dirumuskan menjadi statistik sebagai berikut :

$$H_0 : b_6X_6 \leq 0$$

$$H_1 : b_6X_6 > 0$$

Berdasarkan pengujian Sub-Struktur II diperoleh hasil koefisien jalur (b_6X_6) sebesar 0,29 dan nilai t_{hitung} sebesar 5,07. karena $t_{hitung} = 5,07 > t_{tabel} (0,05:314) = 1,960$. Maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya koefisien jalur (b_6X_6) signifikan. Temuan ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM.

3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel *Responsiviness*, *Reliability*, *Assurance* yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan Citra Universitas Muhammadiyah Metro. Hal ini sesuai dengan teori [4] melakukan riset mendalam tentang kualitas layanan dan citra serta pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa. Menurut pendapat Oyvind dan Erik Nasset kualitas layanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Mahasiswa (studi pada mahasiswa di Norwegia). Dimensi *reliability* yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap Citra Universitas Muhammadiyah Metro, yaitu sebesar 0.44, selanjutnya dimensi *reliability* terhadap *assurance* sebesar 0,41. Dan *responsiviness* terhadap kepuasan mahasiswa sebesar **0,37**.

1) Pengaruh *Responsiviness* (X_1) terhadap *Assurance* (X_3).

Hasil penelitian menunjukan bahwa *responsiviness* berpengaruh langsung positif terhadap *assurance*. Artinya tinggi rendahnya *assurance* bisa dijelaskan oleh *responsiviness*. Besarnya koefisien jalur *responsiviness* terhadap *assurance* sebesar 0,39.

Pengaruh *responsiviness* terhadap *assurance* yang ditunjukkan melalui koefisien jalur sebesar 0,39 itu dikategorikan cukup besar. Hal ini disebabkan jaminan yang dimiliki Universitas, akan dibentuk oleh sikap tanggap yang dimiliki oleh dosen dan karyawan. Sikap cepat dan tanggap itu sudah diwujudkan dalam bentuk menghargai waktu yang dimiliki mahasiswa, pelayanan yang segera kepada mahasiswa, pelayanan yang ekstra, dan respon baik dosen pada setiap perkuliahan berlangsung.

Menurut Alonso dan Cruz, dalam Flavian, Torres dan Guinaliu, bahwa sikap tanggap yang dilakukan karyawan dalam melayani nasabah itu akan membentuk jaminan yang baik bagi perusahaan. Nasabah akan memiliki ingatan yang kuat terhadap produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Karena berdasarkan daya tanggap yang diberikan oleh karyawan perusahaan itu, jaminan yang baik akan selalu tertanam ke dalam benak pelanggan tentang kualitas layanan yang baik bagi perusahaan.

2) Pengaruh *Reliability* (X_2) terhadap *Assurance* (X_3)

Hasil penelitian menunjukan bahwa *reliability* berpengaruh langsung positif terhadap *assurance*. Artinya tinggi rendahnya *assurance* bisa dijelaskan oleh *reliability*. Besarnya koefisien jalur *reliability* terhadap *assurance*. Pengaruh *reliability* terhadap *assurance* yang ditunjukkan melalui koefisien jalur sebesar 0,41 itu dikategorikan cukup besar. kualitas layanan berdasarkan keandalan, yang berkaitan tentang kemampuan UMM tentang untuk

memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa melakukan kesalahan apapun dan menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang disepakati.

3) **Pengaruh *Responsiviness* (X_1) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y_1).**

Hipotesis ke tiga yang menjadi prioritas kepuasan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Metro adalah *Responsiveness*. Hasil penelitian menunjukan bahwa *responsiveness* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa. Besarnya koefisien jalur *responsiveness* terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,37. Dalam hal ini Universitas Muhammadiyah Metro perlu memperhatikan beberapa indikator yaitu: dosen memberitahu kepada mahasiswa tentang kepastian jasa yang akan disampaikan, contohnya dosen yang akan masuk jam perkuliahan selalu datang tepat waktu, dan menghubungi via sms jika tidak hadir dan berhalangan untuk datang. kecakapan dan kecepatan karyawan, ketersediaan karyawan didalam membantu mahasiswa, dan karyawan yang menanggapi permintaan mahasiswa dengan cepat.

4) **Pengaruh *Assurance* (X_3) terhadap kepuasan mahasiswa (Y_1)**

Hasil penelitian menunjukan bahwa *assurance* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa. Artinya tinggi rendahnya kepuasan mahasiswa bisa dijelaskan oleh jaminan yang dimiliki Universitas Muhammadiyah Metro. Besarnya koefisien jalur *assurance* terhadap kepuasan sebesar 0,28. Pengaruh jaminan terhadap kepuasan mahasiswa yang ditunjukan melalui koefisien jalur sebesar 0,28 itu dikategorikan cukup rendah. Hal ini disebabkan karena rasa percaya yang dimiliki mahasiswa tergolong rendah, karyawan yang kurang santun dan sopan didalam melayani mahasiswa, dan kepercayaan mahasiswa terhadap keamanan yang tergolong rendah. Menurut Nandan Limakrisna, kepercayaan dan kereliasian nasabah memiliki dua unsur penting, yaitu, keyakinan dan komitmen. Kereliasian nasabah tercipta dengan adanya keyakinan pada diri pelanggan, sehingga akhirnya kepercayaan dan keyakinan akan terbangun. Kepercayaan bisa terjadi bila mahasiswa merasa percaya atas jaminan dan integritas yang dimiliki oleh karyawan Universitas.

5) **Pengaruh *Reliability* (X_2) Citra UMM (Y_2).**

Hasil penelitian menunjukan bahwa *reliability* berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM. Artinya tinggi rendahnya Citra UMM bisa dijelaskan oleh *Reliability*. Besarnya koefisien jalur *Reliability* terhadap Citra sebesar 0,44. Pengaruh *reliability* terhadap citra UMM yang ditunjukan melalui koefisien jalur sebesar 0,44 itu dikategorikan cukup besar. *Reliability* atau keandalan yaitu segala pelayanan yang andal, meliputi keandalan kurikulum, keandalan didalam mutu perkuliahan, keandalan administrasi akademik, dan keandalan waktu atau jam kuliah [11] mengemukakan bahwa keberhasilan perusahaan membangun citra yang baik dipengaruhi berbagai faktor, yaitu: citra dibangun berdasarkan orientasi terhadap manfaat yang dibutuhkan dan diinginkan kelompok sasaran, citra ditonjolkan sesuai dengan kemampuan perusahaan, citra yang ditonjolkan mudah dimengerti oleh kelompok sasaran, citra yang ditonjolkan merupakan sarana bukan tujuan perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan citra UMM meliputi sekumpulan kesan, kemutakhiran, kepiawaian, desain ruangan, kepercayaan, kecakupan pemenuhan, kejujuran, dan keadilan, dan sikap karyawan, pengetahuan, perasaan, dan ketertarikan yang ada dalam benak mahasiswa terhadap Citra Universitas.

6) **Pengaruh *Assurance* (X_3) terhadap Citra UMM (Y_2)**

Hasil penelitian menunjukan bahwa *Assurance* berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM. Besarnya koefisien jalur *Assurance* terhadap citra UMM sebesar 0,29. Pengaruh *Assurance* ditunjukan melalui koefisien jalur sebesar 0,29 itu dikategorikan cukup rendah. Manajemen kualitas layanan dari dimensi *Assurance* atau Jaminan, yang sudah berlangsung dalam jangka waktu yang lama melalui sistem penyampaian jasa yang baik didalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa, dan

ditunjukkan untuk menciptakan jaminan atas kepercayaan mahasiswa, bertujuan untuk meningkatkan reputasi Universitas atas jasa yang diberikan.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dapat diketahui bahwa hipotesis yang diajukan diterima, maka disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. *Responsiveness* berpengaruh langsung positif terhadap *Assurance*. Semakin besar *Assurance* maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.
2. *Reliability* berpengaruh langsung positif terhadap *Assurance*. Semakin besar *reliability* maka *Assurance* juga akan meningkat.
3. *Responsiveness* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin besar *Responsiveness* maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.
4. *Assurance* berpengaruh langsung positif terhadap kepuasan mahasiswa. Semakin besar *assurance* maka kepuasan mahasiswa juga akan meningkat.
5. *Reliability* berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM. Semakin besar *Reliability* maka citra UMM juga akan meningkat.
6. *Assurance* berpengaruh langsung positif terhadap Citra UMM. Semakin besar *assurance* maka Citra UMM juga akan meningkat

Berdasarkan keterbatasan yang ada, penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan hal-hal berikut ini: 1. Penelitian selanjutnya diharapkan melakukan pengamatan dengan obyek yang lebih berkualitas, sehingga dapat dijadikan acuan bagi kepentingan generalisasi permasalahan. 2. Pokok pembahasan dalam penelitian ini adalah tentang kepuasan mahasiswa yang nampaknya tidak cukup dilakukan dalam satu kali pengamatan sebagaimana melalui pendekatan kuantitatif. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bisa meneliti hubungan langsung positif antara Kepuasan Mahasiswa dan Citra Universitas.

Daftar Pustaka

- [1] Andreassen and Lindestad, The Effect of Corporate Image in the Formation of the Customer Loyalty, *Journal of Service Research*, 1998; Vol.1 No.1, hh;15-92.
- [2] Engel, J.F., R. Blackwell, dan C. Minnard. *Consumer Behaviour*. Eighth edition The Dryden Press. Fort Worth. 1995
- [3] Flavian, Carlos, Eduardo Tores, and Miguel Guinaliu. *Corporate Image Measurement*. The International Journal Of Bank Marketing. Vol 22 No.5.pp 366-384. Emerald Group Publishing Limited. London. 2004.
- [4] Helgesen, Oyvind., and, Erik Nettet, "Images, satisfaction and antecedents: drivers of student loyalty? A case study of a Norwegian University College", *Corporate Reputation Review*. 2007. Vol. 10 No. 1 p. 38-59.
- [5] Imam Ghozali dan Fuad. *Structural equations modelling*. Semarang. Badan penerbit Universitas Diponegoro. 2014. Hal. 109.
- [6] Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin. *Dasar-dasar Metode Statiska untuk Penelitian*. Cetakan 1. Bandung: CV Pustaka Setia. 2011: Hal.130.
- [7] Nandan Limakrisna, Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kereliasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*. 2008. Vol 13. No. 1. Hal. 68-78.
- [8] Nhan Nguyen dan Gaston Leblanc., "the mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigations in financial service." *International Journal of Bank Marketing*. 1998. Vol.16 No.2 p. 52-65.
- [9] Nhan Nguyen dan Gaston Leblanc., "the mediating role of corporate image on customers' retention decisions: an investigations in financial service." *International Journal of Bank Marketing*. 2002. Vol.16 No.2 p.243.
- [10] Nhan Nguyen dan Gaston Leblanc., "the mediating role of corporate image on customers' retention decisions: in service." *Journal of Retailing and Consumers Service*. 2002. p.227-236.

- [11] Siswanto Sutejo, *Jangan Sekedar Servis*. Intisari mediatama. Jakarta. H.37. 2004
- [12] Sugiyono. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Kesembilan belas. CV. Alfabeta. Bandung.2011
- [13] Tjiptono, Fandy. *Service Quality, and Customer Satisfaction*. Edisi Tiga. Yogyakarta. Andi. 2011. Hal: 155-160.
- [14] Xian, Gou Li, dkk. Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions. *Journal of Computers*. 2011. (6)9: 1875 1879.
- [15] Keller, Tor Wallin Andreassen dan Lindestad 1993

Sumber lain :

www.gamzta.com

(<http://www.4icu.org/id/> International Colleges And Universities)