

PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA STIKOM SURABAYA

by Sulistiowati Sulistiowati

Submission date: 06-Oct-2021 12:43PM (UTC+0700)

Submission ID: 1666635354

File name: Jurnal_Komunika_2014_Ok.pdf (1.65M)

Word count: 5131

Character count: 32271

JURNAL KOMUNIKA

JURNAL KOMUNIKASI, MEDIA DAN INFORMATIKA

Volume 3 Nomor 1 / April 2014

EVALUASI KELEMBAGAAN DAN TATA KELOLA MEDIA CENTER DI INSTANSI PEMERINTAH DAERAH
Arifianto

PENGETAHUAN DAN KESADARAN REMAJA PENGGUNA FACEBOOK DI MAKASSAR
TERHADAP KEAMANAN INFORMASI PRIVASI
Christiany Juditha

STUDI KASUS PERAN TELECENTER DOROGATI KOTA MALANG
DALAM MENINGKATKAN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT SEKITAR
Trisnani

ANALISIS WACANA DUA HASIL PENELITIAN TENTANG PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI
SEBAGAI PUSAT INFORMASI BERBASIS INTERNET
(STUDI KASUS IMPLEMENTASI KEBIJAKAN E-GOVERNMENT DI INDIA
DAN IMPLEMENTASI KEBIJAKAN TELECENTER SEMERU DI INDONESIA)
Kasiyanto

EFEKТИVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA KAMPANYE POLITIK DI KALANGAN PEMILIH PEMULA
(STUDI EKSPERIMENT TERHADAP SISWA SMA NEGERI 8 MALANG)
Putri Pradnyawidya Sari

PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION
TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA STIKOM SURABAYA
Sulistiwati

PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA STIKOM SURABAYA

¹
Sulistiwati

Program Studi Sistem Informasi STMIK Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya 60298

Email : sulist@stikom.edu

Diterima : 24 Oktober 2014 | disetujui : 2 April 2014

Abstrak

Maraknya persaingan bisnis pendidikan di Indonesia pada saat ini, menyebabkan masing-masing perguruan tinggi berupaya meningkatkan kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai pendukung peningkatan kualitas pendidikan.

STIKOM Surabaya sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Jawa Timur yang berorientasi pada penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya dibidang komputer, juga berupaya untuk meningkatkan *service quality* agar mahasiswanya menjadi puas dan loyal.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji hal tersebut dengan menganalisis keterkaitan antara kualitas pelayanan (*Service Quality*), *Trust*, *Customer Satisfaction* dan loyalitas (*loyalty*) mahasiswa STIKOM Surabaya.

Dengan penyebaran kuesioner pada sampel mahasiswa angkatan 2009 sebanyak 172 orang dan penggunaan metode analisis *Structure Equal Modeling* (SEM), diperoleh hasil bahwa setiap peningkatan *service quality* akan meningkatkan *customer satisfaction* dan *trust*, dan setiap peningkatan *customer satisfaction* akan meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya. Setiap peningkatan *service quality* akan meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya secara tidak langsung melalui mediator *customer satisfaction*.

Keywords : *Service Quality*, *Trust*, *Customer Satisfaction*, *Loyalty*, STIKOM Surabaya

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dampak era globalisasi adalah terciptanya iklim yang semakin kompetitif dalam berbagai bidang. Salah satu bidang yang mengalami persaingan pada saat ini adalah bidang pendidikan. Lembaga pendidikan tertinggi di Indonesia yang menghasilkan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas dan terserap di dunia kerja adalah perguruan tinggi. Hal inilah yang menyebabkan perguruan tinggi di Indonesia dituntut untuk meningkatkan kualitas pendidikan, yang diiringi dengan kualitas pelayanan (*Service Quality*) yang baik agar mendapat minat dari masyarakat. Hal ini juga terjadi di perguruan tinggi negeri (PTN) maupun perguruan tinggi swasta (PTS) yang

ada di Jawa Timur sebagai bagian dari wilayah negara Indonesia.

Berdasarkan data Biro Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, jumlah perguruan tinggi di Jawa Timur sebanyak 332 perguruan tinggi, yang meliputi 8 PTN dan 324 PTS yang tersebar di kabupaten dan kota di Jawa Timur. Jumlah lulusan Sekolah Menengah (SMA dan SMK) di Jawa Timur pada tahun 2010 sebesar 621.867 orang. Dari jumlah tersebut hanya sebagian saja yang menjadi calon mahasiswa di perguruan tinggi. Data kopertis juga menunjukkan adanya rata-rata kenaikan jumlah mahasiswa baik PTN maupun PTS di Jawa Timur sebesar 12% pada tahun 2010. Hal ini menyebabkan perguruan tinggi di Jawa Timur optimis berlomba-lomba untuk menarik minat masyarakat agar

memasukkan anaknya ke perguruan tinggi tersebut. Salah satu upaya perguruan tinggi untuk menarik minat masyarakat adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan (*Service Quality*).

Peningkatan kualitas pelayanan dapat mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan (mahasiswa) serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Furqon, 2007). Dengan peningkatan kualitas pelayanan, diharapkan kepuasan pelanggan akan tercapai sehingga pelanggan akan loyal terhadap perguruan tinggi tersebut. Hal ini didukung juga oleh Hennig-Thurau dan Klee (1997) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan pada sebuah perusahaan atau jasa merupakan kunci sukses daya saing sebuah perusahaan untuk jangka panjang. Hal ini berarti, jika pelanggan puas dan merasa membuat keputusan yang benar, maka perusahaan tersebut sudah mampu menciptakan ikatan emosional pada pelanggannya, sehingga pelanggan akan memberitahu dan mengajak pihak lain untuk menggunakan produk atau jasa perusahaan tersebut. Hal senada juga disampaikan oleh Salazar, dkk. (2004) yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah penting bagi keberhasilan perusahaan jasa, karena dapat menyebabkan pembelian berulang dan rekomendasi kata dari mulut ke mulut. Di sisi lain, Zeithaml (1994) mengemukakan bahwa kepuasan pada sistem pendidikan diperoleh jika sebuah lembaga menyediakan fasilitas yang berisi infrastruktur yang tepat untuk utilitas pendidikan. Hal tersebut menyebabkan siswa akan lebih puas dan termotivasi untuk menyelesaikan studinya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pada penelitian ini akan dilakukan pengujian apakah kualitas pelayanan STIKOM Surabaya terhadap mahasiswanya selama ini, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan kepercayaan mahasiswanya sehingga menimbulkan rasa loyalitas untuk mereferensikan STIKOM Surabaya kepada orang lain.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*service quality*) STIKOM Surabaya terhadap kepuasan mahasiswa (*customer satisfaction*) STIKOM Surabaya
2. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan (*Service Quality*) STIKOM Surabaya terhadap kepercayaan (*trust*) mahasiswa STIKOM Surabaya
3. Menganalisis pengaruh kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*) STIKOM Surabaya terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa STIKOM Surabaya
4. Menganalisis pengaruh kepercayaan mahasiswa STIKOM Surabaya terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa STIKOM Surabaya
5. Menganalisis pengaruh kepercayaan (*Trust*) mahasiswa terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa STIKOM Surabaya
6. Menganalisis pengaruh kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*) STIKOM Surabaya terhadap kepercayaan (*trust*) STIKOM Surabaya

TINJAUAN TEORITIS

Pelanggan

Menurut Supranto (2001) pelanggan adalah setiap individu yang menerima suatu jenis barang atau jasa

dari beberapa orang lain atau kelompok orang.

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Menurut Kotler (2004) menyatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya.

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Selanjutnya Parasuraman (1995) membagi kualitas pelayanan dalam 5 dimensi yakni : *Tangible, Reliable, Responsiveness, Assurance, Empathy*. Penjelasan masing-masing dipaparkan sebagai berikut :

1. *Tangible*

Merupakan tampilan yang merupakan penampakan fasilitas fisik dari fasilitas, peralatan dan penampilan personil.

2. *Reliable*

Merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat.

3. *Responsiveness*.

Merupakan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat

4. *Assurance*

Merupakan pelayanan yang meyakinkan berupa penguasaan terhadap ilmu pengetahuan yang terkait dengan bidangnya, serta kesopanan dan keramahan.

5. *Empathy*

Merupakan kedulian, mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta memahami kondisi pengguna jasa.

Kepercayaan (*Trust*)²

Menurut Lau dan Lee (1999) *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.

Loyalitas (*Loyalty*)

Menurut Roberts, K. et al. (2003) loyalitas pelanggan adalah kesetiaan pelanggan setelah mengalami pelayanan yang dinyatakan dalam perilaku untuk menggunakan jasa tersebut dan mencerminkan adanya ikatan jangka panjang antara perusahaan jasa dan pelanggan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dijadikan sebagai acuan terhadap penelitian ini adalah :

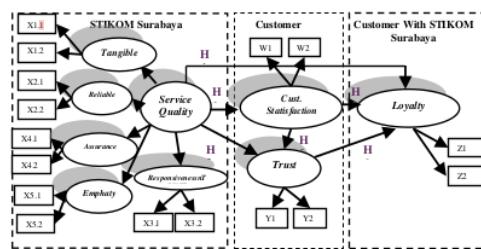
1. ABAC Journal Vol 29 No. 1 (January-April 2009), Akbar, M. M., and Parvez, N., dengan judul "*Impact Of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction On Customers Loyalty*". Penelitian ini mengusulkan kerangka kerja konseptual untuk menyelidiki efek kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, kepercayaan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Untuk menguji kerangka kerja konseptual, digunakan analisis *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan menggunakan sampel data sebanyak 304 pelanggan telekomunikasi yang meliputi perusahaan besar swasta yang beroperasi di Bangladesh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan yang positif antara kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan ditemukan sebagai mediator penting antara persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Sebuah pemahaman yang jelas tentang dipostulasikan hubungan

- antara variabel-variabel yang mampu mendorong layanan *mobile operator* (s) untuk mengetahui program yang tepat atas tindakan untuk memenangkan kepercayaan pelanggan melalui memberikan pelayanan yang lebih baik dalam rangka menciptakan basis pelanggan setia.
2. Ali Syafiq, Haryono, 2009, Thesis Program Studi Magister Manajemen Teknologi Bidang Keahlian Manajemen Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya : "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling". Studi ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada loyalitas pelanggan broadband akses internet. Penelitian menggunakan data sampel sebanyak 222 pelanggan Telkom Speedy (Speedy) di PT. Telkom Area Surabaya. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berhubungan positif secara signifikan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Kepercayaan dan kepuasan pelanggan area secara signifikan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas layanan tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan tetapi mempunyai pengaruh yang signifikan secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan dan kepercayaan dengan loyalitas pelanggan.
 3. Journal of Management Research Vol. 2 no. 2, 2010, Muhammed Ehsan Malik, dengan judul "The Impact of Service Quality on Students

Satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab". Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di Universitas Gujranwala propinsi Punjab Pakistan. Data dikumpulkan dari 240 mahasiswa yang terdaftar dalam program Strata 1 maupun master, selanjutnya data tersebut diolah dan dianalisis dengan metode regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Dalam hal ini mahasiswa tidak puas dengan fasilitas laboratorium, parkir, kafetaria, dan penangan keluhan.

1 Model Konseptual Penelitian dan Hipotesis

Model Konseptual penelitian ini diperlihatkan pada gambar 1.



Gambar 1 Model Konseptual

Service Quality yang dijelaskan pada gambar 1, terdiri dari 5 dimensi yakni *Tangible*, *Reliable*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* (Parasuraman, 1995) merupakan faktor yang membentuk satisfaction (Kotler, 2004). Apabila konsumen sudah memiliki kepuasan (*satisfaction*), maka konsumen tersebut akan melakukan pembelian berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut, sehingga terbentuklah perilaku loyal terhadap perusahaan (Salazar, 2004).

Berdasarkan model konseptual penelitian tersebut, hipotesis penelitian yang dikembangkan sebagai berikut:

- H1 : Diduga kualitas pelayanan (*Service Quality*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*) di STIKOM Surabaya.
- H2 : Diduga kualitas pelayanan (*Service Quality*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) mahasiswa di STIKOM Surabaya.
- H3 : Diduga kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa di STIKOM Surabaya.
- H4 : Diduga kualitas pelayanan (*Service Quality*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa di STIKOM Surabaya.
- H5 : Diduga kepercayaan (*Trust*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas (*Loyalty*) mahasiswa di STIKOM Surabaya.
- H6 : Diduga kepuasan mahasiswa (*Customer Satisfaction*) mempunyai pengaruh positif secara langsung terhadap kepercayaan (*trust*) mahasiswa di STIKOM Surabaya.

2 METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi. Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena (Sekaran, 1992), melalui pengujian hipotesis. Cooper dan Schindler (2003) mengungkapkan bahwa penelitian yang mendasarkan pada teori atau hipotesis yang akan dipergunakan untuk menguji suatu fenomena yang terjadi digolongkan

pada jenis penelitian eksplanatori (penjelasan). Penelitian eksplanatori melakukan studi terhadap hubungan antara dua atau lebih variabel, kemudian berusaha untuk menjelaskan fenomena yang terjadi.

Gambaran Umum Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari keseluruhan obyek yang akan diukur dalam penelitian (Cooper dan Schindler, 2003). Pada penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa STIKOM Surabaya angkatan 2009 yang diambil dari semua program studi (prodi) yang ada di STIKOM Surabaya, diperlihatkan pada tabel 1.

Tabel 1: Jumlah Mahasiswa Per Prodi

Prodi	Jumlah Mahasiswa
S1 Sistem Informasi	160
S1 Komputerisasi Akuntansi	15
S1 Sistem Komputer	47
S1 Desain Komunikasi Visual	38
DIV Multimedia	46
DIII Manajemen Informatika	37
DIII Komputerisasi Perkantoran Dan Kesekretariatan	8
DIII Komputer Grafis Dan Cetak	14
Total	365

Sumber : Data Center STIKOM Surabaya

Jumlah populasi mahasiswa adalah 365 orang.

Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan masuk dalam kategori *Stratified Random Sampling Proportional*. Rumus Slovin untuk menghitung jumlah sampel (Supranto, 1998) :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

e = Bound of error atau besarnya akurasi yang diinginkan dengan derajat keyakinan tertentu. Default nilai e = 5%

Rumus untuk *stratified random sampling proportional* :

$$n_i = \frac{N_i}{N} \times n$$

1
 n_i = ukuran sampel pada stratum ke i

n = ukuran sampel keseluruhan

N_i = ukuran populasi pada stratum ke i

N = ukuran populasi

Hasil perhitungan untuk rumus di atas ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2: Jumlah Sampel Mahasiswa Per Prodi

Prodi	Jumlah Sampel Mahasiswa
S1 Sistem Informasi	84
S1 Komputerisasi Akuntansi	8
S1 Sistem Komputer	24
S1 Desain Komunikasi Visual	20
DIV Multimedia	24
DIII Manajemen Informatika	19
DIII Komputerisasi Perkantoran Dan Kesekretariatan	4
DIII Komputer Grafis Dan Cetak	7
Total	190

Sumber : hasil perhitungan dengan rumus slovin

Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui dua cara, yaitu (1) riset kepustakaan dan (2) riset lapangan. Riset kepustakaan dipergunakan untuk mengumpulkan data mengenai penelitian terdahulu, teori-teori yang mendukung penelitian, dan data pendukung lainnya. Sedangkan riset lapangan

dipergunakan untuk mengumpulkan data dari responden.

Pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan ke responden yakni sampel mahasiswa STIKOM Surabaya angkatan 2009 per prodi dengan jumlah sesuai dengan perhitungan jumlah sampel pada tabel 2. Setelah responden mengisi kuesioner tersebut, maka kuesioner dikumpulkan kembali untuk diolah dan dianalisa.

Definisi Operasional Variabel

Service Quality

Menurut Parasuraman dan Zeithaml (1995) indikator *Service Quality* sebagai berikut:

a. *Tangibles (Tampilan Fisik)* (X1)

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan tampilan yakni : penampakan fasilitas fisik dari fasilitas, peralatan dan penampilan personil. Menurut Supranto (2007); Wang dan Shieh (2006); Furqon (2007) dan disesuaikan dengan kondisi STIKOM, indikator *Tangibles* adalah:

1. Lokasi STIKOM strategis (X11)
2. Fasilitas perkuliahan (X12)
3. Fasilitas praktikum (X13)
4. Kondisi fasilitas umum (X14)
5. Ruang Perpustakaan (X15)
6. Penampilan yang dosen dan karyawan STIKOM (X16)
7. Area parkir mencukupi (X17)

b. *Reliability (Kehandalan)* (X2)

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Menurut Supranto (2007); Wang dan Shieh (2006); Furqon (2007) dan disesuaikan dengan kondisi STIKOM, indikator *Reliability* adalah:

1. Pelayanan staf administrasi tidak dipersulit (X21)
2. Dosen hadir tepat waktu (X22)

3. Asisten/coass. hadir tepat waktu (X23)
4. Materi yang disampaikan dosen mudah dipahami dan dimengerti (X24)
5. Kegiatan UKM di STIKOM sudah berjalan dengan baik (X26)

c. **Responsiveness (Daya Tanggap) (X3)**

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Menurut Supranto (2007); Wang dan Shieh (2006); Furqon (2007) dan disesuaikan dengan kondisi STIKOM, indikator *Responsiveness* adalah :

1. Dosen selalu merespon pertanyaan atau keluhan mahasiswa (X31)
2. Karyawan selalu merespon pertanyaan mahasiswa (X32)
3. SIIS sudah memenuhi kebutuhan informasi (X33)
4. Dengan bantuan dosen dan atau karyawan mahasiswa bisa mendapatkan informasi yang dibutuhkan (X34)

d. **Assurance (Jaminan) (X4)**

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pelayanan yang meyakinkan berupa penguasaan terhadap ilmu pengetahuan yang terkait dengan bidangnya, serta kesopanan dan keramahan. Menurut Supranto (2007); Wang dan Shieh (2006); Furqon (2007) dan disesuaikan dengan kondisi STIKOM, maka indikator *Assurance* adalah :

1. Respon dosen/karyawan atas pertanyaan mahasiswa (X41)
2. Kurikulum mata kuliah sesuai dengan kebutuhan pasar (X42)
3. Mata kuliah yang disampaikan dosen sudah sesuai dengan kurikulum (X43)

4. Mahasiswa memahami tentang materi yang disampaikan dosen (X44)
5. Proses evaluasi (UTS, UAS, Tugas) sudah berjalan dengan baik (X45) 4
6. STIKOM memberikan fasilitas belajar seperti komunitas VB, Java, Oracle dll untuk mempersiapkan Anda bekerja di perusahaan. (X46)

e. **Empathy (Empati) (X5)**

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kepedulian, mampu mendengarkan dan berkomunikasi dengan baik, serta memahami kondisi pengguna jasa. Menurut Supranto (2007); Wang dan Shieh (2006); Furqon (2007) dan disesuaikan dengan kondisi STIKOM, maka indikator *Empathy* adalah :

1. Dosen/Asisten/Coass. memberikan perhatian kepada mahasiswa yang belum mengerti tentang materi yang sudah disampaikan di perkuliahan maupun di praktikum (X51)
2. Selama ini hubungan Anda dengan Dosen dan staf administrasi adalah baik. (X52)
3. Dosen Wali senantiasa membantu mahasiswa dalam menyelesaikan masalah akademik (X53)
4. Dosen Wali senantiasa membantu mahasiswa dalam menyelesaikan masalah pribadi/keluarga (X54)
5. Lembaga mendukung sepenuhnya terhadap kegiatan UKM (X55)
6. Lembaga mendukung kreativitas mahasiswa (mahasiswa didukung untuk mengikuti lomba, PKM dll) (X56)

Sedangkan variabel enggannya adalah Kepercayaan (*Trust*), Kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*), dan loyalitas (*Loyalty*).

Kepercayaan (*Trust*) (2)

Kepercayaan (*Trust*) adalah kepercayaan pihak tertentu terhadap pihak yang lain dalam melakukan hubungan transaksi berdasarkan suatu keyakinan bahwa orang yang dipercayainya tersebut akan memenuhi segala kewajibannya secara baik sesuai yang diharapkan. Indikator dari *trust* (Mohammad and Parvez, 2009) yang telah disesuaikan dengan kondisi STIKOM adalah :

1. Hasil tes masuk STIKOM mampu menentukan prodi yang tepat bagi mahasiswa (Y1)
2. Dengan kuliah di STIKOM mahasiswa percaya bahwa ia akan sukses dibidang IT (Y3)
3. Bagian SCC membantu menyalurkan mahasiswa untuk bekerja (Y2)

Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) (W)

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi.

Indikator *Customer Satisfaction* (Mohammad and Parvez, 2009) yang telah disesuaikan dengan kondisi STIKOM Surabaya adalah :

1. Adanya kesesuaian antara harapan mahasiswa sebelum masuk STIKOM Surabaya dan kenyataan setelah menjadi mahasiswa STIKOM Surabaya (W1)
2. Mahasiswa akan memberi puji terhadap pelayanan STIKOM Surabaya (W2)
3. Materi perkuliahan sangat bermanfaat bagi mahasiswa (W3).

Loyalitas (*Loyalty*) (Z)

Loyalty didefinisikan sebagai intensitas pelanggan dalam melakukan transaksi, merekomendasikan produk kepada orang lain. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini (Mohammad and Parvez, 2009) yang

telah disesuaikan dengan kondisi STIKOM Surabaya adalah :

1. Mahasiswa akan merekomendasikan teman/ kerabat/ tetangga dll untuk kuliah di STIKOM Surabaya (Z1)
2. Mahasiswa akan menceritakan kelebihan-kelebihan STIKOM Surabaya (Z2)
3. Mahasiswa tidak berniat pindah dari STIKOM (Z3)

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan teknik *analysis* data *Structural Equation Modeling (SEM)*, maka variabel yang digunakan meliputi variabel eksogen, indikator, dan endogen (Ferdinand, 2000). Menurut Ferdinand (2000) bahwa:

1. Variabel eksogen merupakan *source variable* atau *independent variable* yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model.
2. Variabel endogen merupakan *outcome variable* atau *dependent variable* dari paling sedikit satu hubungan kausalitas dalam model.
3. Indikator merupakan variabel terukur yang digunakan untuk mengukur konsep (variabel eksogen dan endogen) yang tidak dapat diukur secara langsung.

Pada penelitian ini variabel eksogennya adalah *Service Quality*. Sedangkan variabel endogen adalah *Customer Satisfaction*, *Trust* dan *Loyalitas*

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Pada penelitian ini disebarluaskan sebanyak 220 kuesioner, namun dalam kenyataannya hanya 180 kuesioner yang pertanyaannya diisi dengan lengkap. Dari 180 kuesioner tersebut, setelah dianalisis dengan Mahalanobis ternyata didapatkan outlier sebanyak 8 data, sehingga jumlah data yang valid sebanyak 172 data.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh gambaran umum responden :

1. Gender pria sebesar 73,3%
2. Rata-rata usia 20 – 21 tahun
3. Pendidikan sebelumnya SMA 83,1%
4. Adapun jurusan sebelum masuk STIKOM adalah IPA sebanyak 85 orang (49,4%), IPS sebanyak 54 orang (31,4%) dan jurusan lain-lain sebanyak 33 orang (19,2%)
5. Responden berasal dari kota Surabaya sebesar 54,7%.
6. Tujuan masuk STIKOM untuk memperoleh pekerjaan sebesar 46,5%.

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner cukup representatif. Menurut Hair (2010) jika nilai p pada *regression weight* kurang dari $\alpha=0,05$ maka variabel tersebut dikeluarkan dari model karena tidak valid. Dengan aplikasi AMOS17 diperoleh bahwa ada 1 variabel yang tidak valid dan harus dikeluarkan dari model yakni X11.

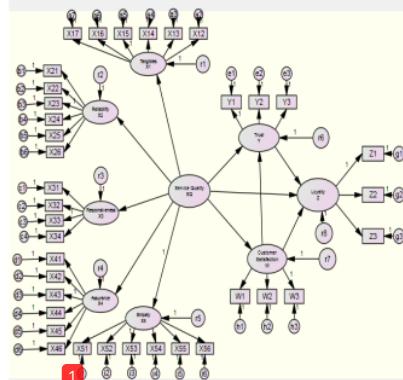
Uji Reliabilitas

1 Reliabilitas adalah ukuran konsistensi internal dari indikator-indikator sebuah variabel bentukan yang menunjukkan derajat sampai dimana masing-masing indikator itu mengindikasikan sebuah variabel bentukan yang umum. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan AMOS, 1 dapat dikatakan semua variabel reliabel karena nilai p variance error lebih kecil dari 0,05 (Hair,2010).

Analisis Structural Equation Modeling (SEM)

Menurut hair (2010), beberapa prasyarat yang harus dipenuhi dalam pemodelan struktural adalah asumsi multivariate normal, asumsi tidak adanya multikolinearitas atau

singularitas dan *outlier*. Pada penelitian ini semua asumsi terpenuhi, sehingga dapat dilanjutkan ke analisis SEM dengan model yang diperlihatkan pada gambar 2.



Gambar 2 Hubungan Variabel Eksogen Terhadap Variabel Endogen

Tabel 3: Hasil Pengujian Model

Kriteria	Nilai Cut - Off	Hasil	Keterangan
Sig. Prob.	$\geq 0,05$	0,000	Kurang Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0,071	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0,741	Cukup Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0,705	Cukup Baik
CMIN/ DF	$\leq 2,00$	1,866	Baik
TLI	$\geq 0,95$	0,769	Cukup Baik
CFI	$\geq 0,95$	0,786	Cukup Baik

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS
Berdasarkan tabel 3 diperoleh bahwa model dapat diterima, yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data.

Hasil Pengujian koefisien jalur pada gambar 2 disajikan pada tabel 4.

Tabel 4: Hasil Pengujian Koefisien Jalur Model

Variabel	Koef.	Prob	Ket.
Service Quality (X) → Customer S (W)	0,792	0.00	Signifikan
Service	0.869	0.00	Signifikan

Variabel	Koef.	Prob	Ket.
Quality (X) → Trust (Y)			
Customer S (W) → Trust (Y)	0,207	0,37	Tidak Signifikan
Service Quality (X) → Loyalty (Z)	-1,191	0,15	Tidak Signifikan
Customer S (W) → Loyalty (Z)	2,327	0,00	Signifikan
Trust (Y) → Loyalty (Z)	0,338	0,18	Tidak Signifikan

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

- 1 Interpretasi masing-masing koefisien jalur adalah sebagai berikut :
1. Service Quality (X) berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction (W).
 2. Service Quality (X) berpengaruh positif terhadap Trust (Y).
 3. Customer Satisfaction (W) tidak berpengaruh positif terhadap Trust (Y).
 4. Service Quality (X) tidak berpengaruh negatif (tidak signifikan) terhadap Loyalty (Z).
 5. Customer Satisfaction (W) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalty (Z).
 6. Trust (Y) tidak berpengaruh positif terhadap Loyalty (Z).
 7. Service Quality secara tidak langsung berpengaruh terhadap Loyalty melalui faktor mediasi Customer Satisfaction.

Pembahasan

1 Dari mean jawaban dan hasil pengolahan data dengan AMOS, 1 peroleh angka frekuensi (mean) menunjukkan persepsi responden saat penelitian dan angka faktor loading menunjukkan besarnya 1 kontribusi variabel dalam model (apa yang seharusnya dilakukan kedepan). Jika angka frekuensi (mean) dan faktor

1 loading terletak pada indikator yang sama berarti kedepan indikator angka terbesar lebih diintesifkan. Apabila sebaliknya maka ke depan indikator faktor loading terbesar menjadi tumpuan perubahan kebijakan organisasi.

Tabel 5: Mean & Faktor Loading Tangible

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Fasilitas perkuliahan (X12)	3,04	,446
2	Fasilitas praktikum (X13)	3,08	,411
3	Kondisi fasilitas umum (X14)	3,37	,524
4	Ruang Perpustakaan (X15)	4,05	,692
5	Penampilan Dosen (X16)	3,74	,621
6	Area parkir (X17)	2,15	,318
	Tangible	3,16	0,631

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 5 diperoleh pada saat penelitian dan ke depannya persepsi mahasiswa memperhatikan ruang perpustakaan dibandingkan indikator lainnya.

4 Tabel 6: Mean & Faktor Loading Reliability

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Pelayanan staf administrasi (X21)	2,94	,510
2	Dosen hadir tepat waktu (X22)	3,24	,525
3	Asisten/Coass. Hadir tepat	3,42	,439

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
	(X23)		
4	Materi yang disampaikan dosen mudah dipahami (X24)	3,21	,528
5	Pelayanan dan fasilitas perpustakaan (X25)	3,82	,579
6	Kegiatan UKM di STIKOM (X26)	3,01	,346
	Reliability	3,27	0,886

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 6 diperoleh pada saat penelitian dan ke depannya persepsi mahasiswa memperhatikan pelayanan dan fasilitas perpustakaan dibandingkan indikator lainnya.

1
Tabel 7: Mean & Faktor Loading Responsiveness

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Dosen selalu merespon pertanyaan mahasiswa (X31)	3,56	,795
2	Karyawan selalu merespon pertanyaan mahasiswa (X32)	3,40	,595
3	SIIS sudah memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa (X33)	3,41	,611
4	Dengan bantuan dosen dan atau karyawan	3,51	,784

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
	anda bisa mendapatkan informasi yang Anda butuhkan (X34)		
Responsiveness		3,47	0,789

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 5 diperoleh pada saat penelitian dan kedepannya persepsi mahasiswa memperhatikan dosen selalu merespon pertanyaan mahasiswa dibandingkan indikator lainnya.

1
Tabel 6: Mean & Faktor Loading Assurance

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Respon dosen/karyawan atas pertanyaan mahasiswa selalu tepat dan jelas (X41)	3,20	,648
2	Kurikulum mata kuliah sesuai dengan kebutuhan pasar (X42)	3,27	,651
3	Mata kuliah yang disampaikan dosen sudah sesuai dengan kurikulum (43)	3,35	,748
4	Selama ini, Anda memahami dan mengerti tentang materi yang sudah disampaikan dosen (X44)	3,18	,612
5	Proses evaluasi (UTS,	3,38	,602

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
	UAS, Tugas) sudah berjalan dengan baik (X45)		
6	STIKOM Surabaya memberikan fasilitas belajar seperti komunitas VB, Java, Oracle dll untuk mempersiapkan Anda bekerja di perusahaan. (X46)	3,45	,533
	Assurance	3,30	0,895

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 6 diperoleh pada saat penelitian persepsi mahasiswa memperhatikan indikator STIKOM Surabaya memberikan fasilitas belajar seperti komunitas VB, Java, Oracle dll untuk mempersiapkan Anda bekerja di perusahaan, sedangkan kedepan mahasiswa memperhatikan indikator mata kuliah yang disampaikan dosen sudah sesuai dengan kurikulum.

1
Tabel 7 : Mean & Faktor Loading
Empathy

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Dosen/Asisten/Coass. memberikan perhatian kepada mahasiswa (X51)	3,25	,646
2	Selama ini hubungan Anda dengan Dosen dan staf	3,65	,525

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
	administrasi adalah baik. (X52)		
3	Dosen Wali membantu mahasiswa dalam menyelesaikan masalah akademik (X53)	3,59	,525
4	Dosen Wali membantu mahasiswa dalam menyelesaikan masalah pribadi/keluarga (X54)	3,13	,499
5	Lembaga mendukung sepenuhnya terhadap kegiatan UKM (X55)	3,01	,557
6	Lembaga mendukung sepenuhnya terhadap kreativitas mahasiswa (mahasiswa didukung untuk mengikuti lomba, PKM dll) (X56)	3,37	,684
	Empathy	3,33	0,950

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS
Dari tabel 7 diperoleh pada saat penelitian, persepsi mahasiswa memperhatikan indikator selama ini hubungan mahasiswa dengan dosen dan staf administrasi adalah baik, sedangkan kedepan mahasiswa akan memperhatikan lembaga mendukung

sepenuhnya terhadap kreativitas mahasiswa (mahasiswa didukung untuk mengikuti lomba, PKM dll).

Tabel 8 : Mean & Faktor Loading *Service Quality*

	Dimensi	Mean	Faktor loading
X ₁	Tampilan fisik (<i>Tangibles</i>)	3.16	0.631
X ₂	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	3.27	0.886
X ₃	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	3.47	0.789
X ₄	Jaminan (<i>Assurance</i>)	3.30	0.895
X ₅	Empati (<i>Empathy</i>)	3.33	0.950

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 8 diperoleh pada saat penelitian, persepsi mahasiswa memperhatikan indikator pada saat penelitian persepsi mahasiswa memperhatikan dimensi daya tanggap (*Responsiveness*), sedangkan kedepan mahasiswa akan tetap memperhatikan dimensi *empathy* khususnya dukungan STIKOM terhadap kreativitas mahasiswa.

Tabel 9 : Mean & Faktor Loading *Trust*

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Hasil tes masuk STIKOM mampu menentukan prodi yang tepat bagi Anda (Y1)	2,86	,613
2	Bagian STIKOM Carier Center (SCC) membantu menyalurkan Anda untuk bekerja. (Y2)	3,26	,817

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
3	Dengan kuliah di STIKOM Anda percaya bahwa Anda akan sukses dibidang IT (Y3)	3,43	,584
	<i>Trust</i>	3,18	

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 9 pada saat penelitian persepsi mahasiswa memperhatikan indikator dengan kuliah di STIKOM, mahasiswa akan sukses dibidang IT, sedangkan ke depan mahasiswa menginginkan STIKOM menyalurkan mahasiswa untuk untuk bekerja

Tabel 10: Mean & Faktor Loading *Customer Satisfaction*

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Adanya kesesuaian antara harapan Anda sebelum masuk STIKOM Surabaya dan kenyataan setelah Anda menjadi mahasiswa di STIKOM Surabaya (W1)	3,03	,736
2	Anda akan memberi pujian terhadap pelayanan STIKOM Surabaya (W2)	3,20	,750
3	Materi perkuliahan yang Anda terima dari STIKOM Surabaya sangat bermanfaat bagi Anda.(W3)	3,53	,630

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
	Customer Satisfaction	3,25	

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS

Dari tabel 10 diperoleh pada saat penelitian, persepsi mahasiswa memperhatikan indikator materi perkuliahan sangat bermanfaat bagi mahasiswa, sedangkan kedepan mahasiswa akan memperhatikan pemberian pujian terhadap pelayanan STIKOM Surabaya.

1
Tabel 11: Mean & Faktor Loading Loyalty

No	Indikator	Mean	Faktor Loading
1	Anda akan merekomendasikan teman/kerabat/tetangga dll untuk kuliah di STIKOM Surabaya (Z_1)	3,24	,877
2	Anda akan menceritakan kelebihan-kelebihan STIKOM Surabaya ke orang-orang terdekat Anda. (Z_2)	3,41	,888
3	Anda tidak berniat pindah dari STIKOM sampai Anda lulus (Z_3)	3,90	,585
Loyalty		3,52	

Sumber : hasil pengolahan data dengan AMOS
Dari tabel 11 diperoleh pada saat penelitian, persepsi mahasiswa memperhatikan indikator mahasiswa tidak berniat pindah dari STIKOM sampai lulus, sedangkan kedepan mahasiswa menceritakan kelebihan-

kelebihan STIKOM Surabaya ke orang-orang terdekat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dihasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Peningkatan *service quality* di STIKOM Surabaya mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa STIKOM Surabaya.
2. Peningkatan *service quality* secara langsung mampu meningkatkan *trust* mahasiswa STIKOM Surabaya.
3. Peningkatan *customer satisfaction* di STIKOM Surabaya belum mampu meningkatkan *trust* mahasiswa STIKOM Surabaya.
4. Peningkatan *service quality* di STIKOM Surabaya secara langsung belum mampu meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya, namun dengan bantuan faktor mediasi *customer satisfaction* maka peningkatan *service quality* mampu meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya
5. Peningkatan *Customer Satisfaction* mampu meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya
6. Peningkatan *trust* belum mampu meningkatkan *loyalty* mahasiswa STIKOM Surabaya.

SARAN

Sebaiknya pihak STIKOM Surabaya memperhatikan harapan mahasiswa dalam hal :

1. Ruang perpustakaan, pelayanan dan fasilitas perpustakaan.
2. Dosen selalu merespon pertanyaan mahasiswa.
3. Mata kuliah yang disampaikan dosen sudah sesuai dengan kurikulum.
4. Lembaga mendukung sepenuhnya terhadap kreativitas mahasiswa (mahasiswa didukung untuk mengikuti lomba, PKM dll).

5. Bagian STIKOM Carier Center (SCC) membantu menyalurkan mahasiswa untuk bekerja.

KETERBATASAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah keterbatasan dana dan waktu penelitian sehingga populasi dalam penelitian ini hanya mahasiswa angkatan 2009.

3

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. M., and Parvez, N., 2009, *Impact Of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction On Customers Loyalty*, ABAC Journal Vol.29, No. 1 (January-April 2009).
- Ali Syafiq, Haryono, 2009, Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Telkomspeedy dengan Metode Structural Equation Modeling, *Thesis*, Program Studi Magister Manajemen Teknologi Bidang Keahlian Manajemen Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya
- Cooper, D.R & Schindler, P.S. 2003, *Business Research Methods*, 8 th ed, New York: Mc Graw-Hill Irwin
- Ehsan Malik, Muhammed, 200X, *The Impact of Service Quality on Students' Satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab*, Journal of Management Research, ISSN 1941-899X, Vol. 2, No. 2: E10
- Ferdinand, A. 2000, *Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen; Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis S-2 dan Disertasi S-3*, Semarang: BP Universitas Diponegoro
- Furqon, C. 2007, *Kualitas Pelayanan Pada Perguruan Tinggi*, Jurnal Ilmu Administrasi Volume IV no.4 halaman 372.
- Hair, Joseph F., William C. B., 2010, *Multivariate Data Analysis*, USA: Pearson Education Inc.
- Hennig-Thurau, T. dan Klee, A. 1997. *The Impact of Customer Satisfaction and Relationship Quality on Customer Retention: A Critical Reassessment and Model Development*, Hanover, Germany: University of Hanover, Königsworther Platz 1, 30167.
- Kotler, P., 2004, *Marketing Management*, New Jersey, USA : Prentice Hall. Inc.
- Muhammed Ehsan Malik, 2010, *The Impact of Service Quality on Students Satisfaction in Higher Education Institutes of Punjab*, Journal of Management Research Vol. 2 no. 2.
- Muzahid Akbar, Mohammad and Noorjahan, Parvez, 2009, *Impact Of Service Quality, Trust, And Customer Satisfaction On Customers Loyalty*, ABAC Journal Vol 2
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. dan Berry, L.L. 1995, *Delivering Service Quality: Balancing Customer Perception and Expectation*, New York: The Free Press.
- Salazar, A., Costa, J. dan Rita, P. 2004. *Relationship between Service Quality, Customer Satisfaction and Behavioural Intentions: A Study on the Hospitality Sector*. Proceedings of the 33rd EMAC (European Marketing Academy Conference), Murcia, Spain.
- Supranto. J, 2007, *Teknik Sampling Untuk Survey Dan Eksperimen*, Rineka Cipta Jakarta
- Supranto. J, 2006, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta Jakarta
- Wang, I-Ming dan Shieh, Chich-Jen, 2006, *The Relationship Between*

Service Quality And Customer Satisfaction: The Example of CJCU Library, Journal Of Information & Optimization Vol. 27 No.1, pp. 193-209

Data jumlah perguruan tinggi, www.bps.go.id diakses bulan Mei 2010

PENGARUH SERVICE QUALITY, TRUST, CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA PADA STIKOM SURABAYA

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	www.scribd.com Internet Source	7%
2	ainurrofiq.lecture.ub.ac.id Internet Source	4%
3	adoc.pub Internet Source	3%
4	123dok.com Internet Source	3%

Exclude quotes

Off

Exclude matches

< 3%

Exclude bibliography

Off