

ANALISIS STATISTIK MENGHITUNG KUALITAS LAYANAN AKADEMIK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA MEMBENTUK LOYALITAS MAHASISWA

Tantri Wahyuni

Program Studi Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Majalengka

email: Tantriwah@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze how the dimensions of academic service quality had a significant positive effect on student satisfaction which in turn provide significant positive impact on student loyalty. The role of media intervening: student satisfaction on student loyalty is expected to be confirmed. This research uses non-probability sampling method with purposive technique. The instrument of this research use questionnaire that analyzed by Structural Equation Modelling: Amos 22. From the analysis of the research, model tested shows that the model is fit and can be accepted based on the indices of the model with the RMSEA of 0,073. The results of this research indicate that the Five dimensions of Reliability, Assurance, Tangibles, Empathy and Responsiveness have a positive influence on the Quality of Academic Service. And there is a positive effect of Academic Service Quality on Student Satisfaction in the form of student loyalty.

Keywords: *Academic Service Quality, Customer Satisfaction, Student Loyalty, Amos 22*

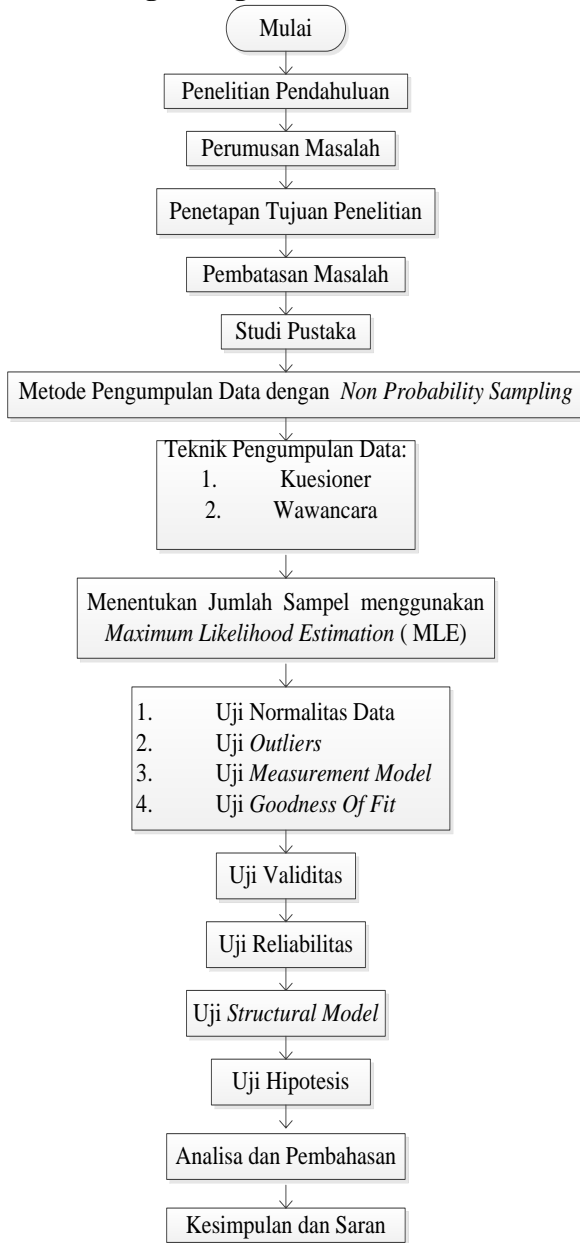
I. PENDAHULUAN

Layanan dalam bidang pendidikan dan kesehatan merupakan barometer pembangunan ekonomi, sosial dan budaya suatu bangsa (Alves and Raposo, 2010) sehingga kualitas pendidikan tinggi akan berpengaruh besar pada perkembangan ekonomi regional dan nasional (Rosca et al, 2008). Karena tuntutan tersebut sangat dimungkinkan sektor pendidikan tinggi akan beralih fokus menuju orientasi pasar yang menerapkan mekanisme pasar seperti industri-industri lainnya sehingga sektor pendidikan tinggi harus mampu mempertahankan keberadaannya dengan cara meningkatkan kualitas layanan akademik dan kepuasan mahasiswanya. Meskipun banyak penekanan pada penjaminan mutu sistem pendidikan dengan ditetapkannya berbagai standar pendidikan tinggi, tetap saja tidak ada konsensus yang dapat dicapai lebih dalam lagi dari definisi kualitas pendidikan tinggi karena tidak ada alat yang unik untuk mengukurnya (Sarbu et al, 2009). Di sisi lain, terdapat konsensus hubungan positif antara persepsi kualitas layanan pendidikan dan kepuasan mahasiswa (Alves dan Raposo, 2010; Ham dan Hayduk, 2003; Farahmandian et al, 2013). Perusahaan spesialis pengukur kepuasan pelanggan dalam industri otomotif, membuktikan bahwa perusahaan yang berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan dalam jangka waktu lima tahun (1999-2004) mengalami kenaikan nilai bagi pemegang

sahamnya sebesar +52%. Sebaliknya, perusahaan yang mengalami penurunan nilai kepuasan pelanggan, pemegang sahamnya juga mengalami penurunan nilai sebesar -28% . Demikian halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febrina Rosinta (2010), terdapat pengaruh yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini diharapkan pengaruh dari kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa terbukti.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Rancangan Kegiatan



Gambar 1. Rancangan Kegiatan.

2.2. Teknik Pengumpulan Data

Menggunakan teknik survei melalui kuesioner dengan skala Likert 1 s/d 5 dan wawancara.

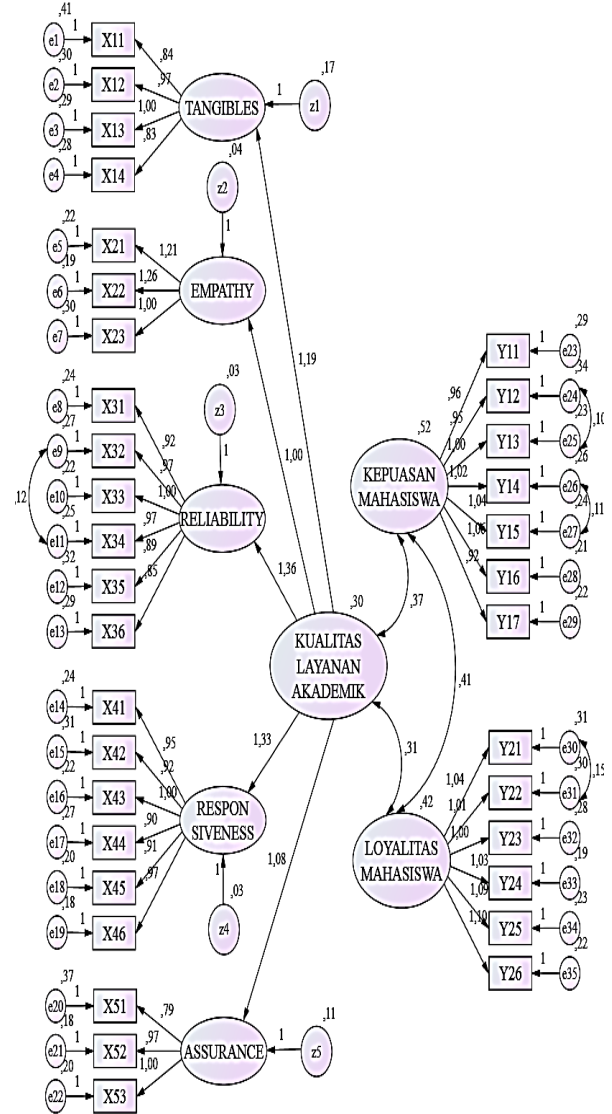
2.3. Teknik Analisis Data

Menggunakan Software Analysis Moment Of Structural (AMOS) v-22.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Uji Measurement Model

Tujuan pengujian adalah untuk mengetahui seberapa tepat variable-variabel manifes dapat menjelaskan variabel laten yang ada. Hasilnya ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Uji Measurement Model.

3.2. Uji Goodness of Fit

Hasil perhitungan model SEM menghasilkan indeks goodness of fit sebagaimana ditunjukkan pada table 1. Pengujian ini dapat dikatakan fit. Karena sebagian besar hasil pengujian menghasilkan nilai Good fit dan marginal fit.

Tabel 1. Hasil Uji Goodness Of Fit.

Kriteria	Hasil Model	Nilai Kritis	Kesimpulan
Probability	0,00	$\geq 0,05$	Acceptable
CMIN/DF	2,852	0,08 - 2,00	Acceptable
RMSEA	0,073	$< 0,05$	Good fit
AGFI	0,763	$> 0,8$	Marginal fit
PNFI	0,80	0,60 - 0,90	Good fit
CFI	0,91	$\geq 0,90$	Good fit
TLI	0,902	$\geq 0,90$	Good fit

3.3. Uji Validitas

Berdasarkan tabel 2 ,ternyata semua nilai loading factor dari tiap indikator $> 0,50$, sehingga indikator-indikator yang dipakai dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk menjadi indikator konstruk dari kualitas layanan akademik, kepuasan, dan loyalitas mahasiswa.

Tabel.2 Nilai Loading Factor

Konstruk	Indikator	Kode	Loading Factor
<i>Tangibles</i>	Ketersediaan parkir	X ₁₁	0,711
	Ketersediaan laboratorium	X ₁₂	0,810
	Ketersediaan komputer untuk administrasi	X ₁₃	0,819
	Ketersediaan ruangan, meja, kursi	X ₁₄	0,772
<i>Empathy</i>	Informasi perkuliahan oleh dosen	X ₂₁	0,834
	Pengembalian hasil evaluasi/tes oleh dosen	X ₂₂	0,858
	Keadaan Meja-Kursi	X ₂₃	0,730

<i>Reliability</i>	Profesionalisme staf/karyawan	X ₃₁	0,826
	Keramahan staf/karyawan	X ₃₂	0,823
	Kenyamanan dalam pelayanan	X ₃₃	0,855
	Kesopanan staf	X ₃₄	0,831
	Kejelasan pemberian informasi oleh staf	X ₃₅	0,772
	Akurasi perhitungan nilai pada KHS	X ₃₆	0,774
<i>Responsiveness</i>	Respon karyawan	X ₄₁	0,824
	Kecepatan pelayanan	X ₄₂	0,780
	Daya tanggap karyawan	X ₄₃	0,847
	Kehadiran karyawan	X ₄₄	0,795
	Ketepatan pelaksanaan janji pelayanan	X ₄₅	0,835
	Kesabaran karyawan	X ₄₆	0,867
<i>Assurance</i>	Kebersihan ruang kuliah	X ₅₁	0,661
	Ketepatan jadwal penerimaan beasiswa	X ₅₂	0,839
	Kesesuaian penerima beasiswa dengan syarat penerimaan	X ₅₃	0,836

Kepuasan pada harga	Puas atas fasilitas laboratorium	Y ₁₁	0,789
	Puas atas biaya kuliah	Y ₁₂	0,760
	Puas atas kejujuran menetapkan biaya yang timbul selama perkuliahan	Y ₁₃	0,830
Kepuasan Fungsional	Puas atas perkuliahan	Y ₁₄	0,819
	Puas atas dosen pengampu	Y ₁₅	0,838
	Puas atas kenyamanan lingkungan kampus	Y ₁₆	0,856
	Puas atas layanan bantuan	Y ₁₇	0,817
<i>Cognitive loyalty</i>	Semangat untuk melaksanakan perkuliahan	Y ₂₁	0,769
	Selalu mengerjakan tugas dan mengumpulkannya tepat waktu	Y ₂₂	0,767
<i>Affective loyalty</i>	Senang memanfaatkan fasilitas kampus	Y ₂₃	0,777
	Senang atas perkuliahan yang selama ini sedang berlangsung	Y ₂₄	0,835

<i>Conative loyalty</i>	Mereferensikan pada teman untuk kuliah di kampus saat ini	Y ₂₅	0,826
<i>Action loyalty</i>	Semangat untuk menjelaskan kepada rekan dan kerabat tentang segala keuntungan selama kuliah di kampus ini	Y ₂₆	0,834

Dalam tabel 3 terlihat bahwa dimensi yang terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut yakni reliability, responsiveness, empathy, assurance dan tangibles. Hal ini senada dengan penelitian Berry (1991) yang menyimpulkan bahwa diantara kelima dimensi penentu kualitas berdasarkan nilai pentingnya menurut pelanggan, reliability secara konsisten merupakan dimensi yang paling kritis, selanjutnya secara berturut-turut adalah responsiveness, empathy, assurance dan tangibles.

Tabel 3. Nilai Loading Factor Dimensi dalam Kualitas Layanan.

Konstruk	Dimensi	Loading Factor
Kualitas Layanan Akademik	<i>Reliability</i>	0,973
	<i>Responsiveness</i>	0,971
	<i>Empathy</i>	0,943
	<i>Assurance</i>	0,871
	<i>Tangibles</i>	0,847

3.4. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan construct reliability untuk setiap konstruk disajikan pada tabel 4. Construct reliability di atas 0,70 menunjukkan reliabilitas yang baik.

Pada proses standardisasi, diperoleh angka korelasi seperti pada tabel 5. Tingginya angka korelasi (>0,5) antara konstruk menunjukkan adanya hubungan

yang erat dan memiliki hubungan yang positif dan searah.

Variasi indikator dari Squared Multiple Correlations. Tabel 6 dapat dijelaskan bahwa koefisien determinasi yang paling besar diantara lima dimensi kualitas layanan dijelaskan oleh variabilitas reliability sebesar 97,3%. Sedangkan koefisien determinasi yang paling besar diantara indikator dijelaskan oleh variabilitas x46 sebesar 86,7%.

Tabel. 4 Hubungan Konstruk Berdasarkan Covariance

		Estimate	S.E.	C.R.	P
LOYALITAS MAHASISW ↔	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,308	,034	9,096	***
KEPUASAN MAHASISW ↔	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,366	,038	9,597	***
LOYALITAS MAHASISW ↔	KEPUASAN MAHASISW	,411	,041	9,928	***

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan Amos 22.

Tabel 5. Korelasi Antar Konstruk.

		Estimate
LOYALITAS MAHASISWA <-->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,865
KEPUASAN MAHASISWA <-->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,925
LOYALITAS MAHASISWA <-->	KEPUASAN MAHASISWA	,881

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan Amos 22.

Tabel 6. Squared Multiple Correlations.

		Estimate
RELIABILITY <--->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,973
EMPATHY <--->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,943
TANGIBLES <--->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,847
ASSURANCE <--->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,871

		Estimate
RESPON-SIVENESS <--->	KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	,971
X13 <--->	TANGIBLES	,819
X12 <--->	TANGIBLES	,810
X11 <--->	TANGIBLES	,711
X23 <--->	EMPATHY	,730
X22 <--->	EMPATHY	,858
X21 <--->	EMPATHY	,834
X33 <--->	RELIABILITY	,855
X32 <--->	RELIABILITY	,823
X31 <--->	RELIABILITY	,826
X43 <--->	RESPON-SIVENESS	,847
X42 <--->	RESPON-SIVENESS	,780
X41 <--->	RESPON-SIVENESS	,824
X53 <--->	ASSURANCE	,836
X52 <--->	ASSURANCE	,839
X51 <--->	ASSURANCE	,661
Y23 <--->	LOYALITAS MAHASISWA	,777
Y22 <--->	LOYALITAS MAHASISWA	,767
Y21 <--->	LOYALITAS MAHASISWA	,769
Y13 <--->	KEPUASAN MAHASISWA	,830
Y12 <--->	KEPUASAN MAHASISWA	,760
Y11 <--->	KEPUASAN MAHASISWA	,789
X14 <--->	TANGIBLES	,772
X34 <--->	RELIABILITY	,831
X35 <--->	RELIABILITY	,772
X36 <--->	RELIABILITY	,774
X44 <--->	RESPON-SIVENESS	,795
X45 <--->	RESPON-SIVENESS	,835
X46 <--->	RESPON-SIVENESS	,867
Y14 <--->	KEPUASAN MAHASISWA	,819

			Estimate
Y15	<---	KEPUASAN MAHASISWA	,838
Y16	<---	KEPUASAN MAHASISWA	,856
Y17	<---	KEPUASAN MAHASISWA	,817
Y24	<---	LOYALITAS MAHASISWA	,835
Y25	<---	LOYALITAS MAHASISWA	,826
Y26	<---	LOYALITAS MAHASISWA	,834

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan Amos 22, 2017.

3.5. Uji Structural Model

Hasil Estimasi pada tabel 7 didapatkan nilai estimate antar konstruk dan konstruk dengan dimensi. Sehingga didapat persamaan struktural sebagai berikut. *Pertama*, tangibles = 0,847KL. *Kedua*, empathy = 0,943KL. *Ketiga*, reliability = 0,973KL. *Keempat*, responsiveness = 0,971KL. *Kelima*, assurance = 0,871KL. *Keenam*, kepuasan mahasiswa = 0,925KL. Artinya, pengaruh kualitas layanan akademik (KL) terhadap kepuasan mahasiswa bernilai positif dan signifikan. Ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan akademik yang diberikan kampus, maka semakin besar kepuasan mahasiswa. *Ketujuh*, loyalitas mahasiswa = 0,865KL + 0,881KP. Artinya, pengaruh kualitas layanan akademik (KL) terhadap loyalitas bernilai positif, bahwa semakin baik kualitas layanan pada kampus, maka mahasiswa akan semakin loyal.

Tabel 7. Tabel Estimasi Parameter.

		Estimate
RELIABILITY	← KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,973
EMPATHY	← KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,943
TANGIBLES	← KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,847
ASSURANCE	← KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,871
RESPON-SIVENESS	← KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,971
LOYALITAS	↔ KUALITAS	0,865

MAHASISWA	LAYANAN AKADEMIK	
KEPUASAN MAHASISWA	↔ KUALITAS LAYANAN AKADEMIK	0,925
LOYALITAS MAHASISWA	↔ KEPUASAN MAHASISWA	0,881

Sumber: Hasil Pengolahan data dengan Amos 22, 2017.

3.6. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini secara ringkas ditunjukkan pada tabel 8. Uji signifikansi bila disangkutkan dengan aktual penelitian ini, maka:

1. Semakin tinggi kualitas layanan akademik, semakin tinggi kepuasan mahasiswa. Diperoleh, C.R = 9,597 dan estimasi parameter = 0,925, maka

Hipotesa Diterima.

Pada pengujian hipotesis I digunakan taraf signifikansi 5%, hal tersebut digunakan karena $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil signifikan dengan nilai C.R= 9,597 dengan nilai probabilitas <0,05. Dengan demikian, Hipotesis I dapat dibuktikan.

Semakin tinggi kualitas layanan akademik, semakin tinggi kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, Universitas Majalengka harus meningkatkan kualitas layanan melebihi pesaingnya. Misalnya: ketersediaan lapangan parkir yang memadai, fasilitas laboratorium yang lengkap untuk semua mata kuliah praktikum, kebersihan ruang kuliah serta kecepatan pelayanan oleh staf/karyawan

2. Semakin tinggi kualitas layanan akademik, semakin tinggi loyalitas mahasiswa. Diperoleh, C.R = 9,096 dan estimasi parameter = 0,865, maka

Hipotesa Diterima.

Pada pengujian hipotesis II digunakan taraf signifikansi 5%, hal tersebut digunakan karena $C.R \geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil signifikan dengan nilai C.R = 9,096 dengan nilai probabilitas <0,05. Dengan demikian, Hipotesis II dapat dibuktikan.

Semakin tinggi kualitas layanan akademik, semakin tinggi loyalitas mahasiswa. Loyalitas akan tercipta jika profesionalisme staf/karyawan meningkat, fasilitas laboratorium dilengkapi serta informasi perkuliahan oleh

3. Semakin tinggi kepuasan mahasiswa, semakin tinggi loyalitas mahasiswa. Diperoleh, C.R = 9,928 dan estimasi parameter = 0,881, maka

Hipotesa Diterima.

Pada pengujian hipotesis III digunakan taraf signifikansi 5%, hal tersebut digunakan karena C.R $\geq 1,96$. Parameter estimasi antara variabel kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan menunjukkan hasil signifikan dengan nilai C.R = 9,928 dengan nilai probabilitas $< 0,05$. Dengan demikian, Hipotesis III dapat dibuktikan.

Semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa, semakin tinggi loyalitas mahasiswa. Kepuasan mahasiswa atas dosen pengampu, kepuasan mahasiswa atas kenyamanan lingkungan kampus akan membuat mahasiswa semangat untuk melaksanakan perkuliahan, sehingga mahasiswa semangat untuk menjelaskan kepada rekan dan sahabat tentang segala keuntungan jika kuliah di kampus ini.

IV. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah reliability, responsiveness, empathy, assurance dan tangibles. Hasil penelitian ini juga diperoleh bahwa: 1) Kualitas layanan akademik berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Ini dibuktikan dengan nilai korelasi antar konstruk sebesar: 0,925. 2) Kualitas layanan akademik berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa. Ini dibuktikan dengan nilai korelasi antar konstruk sebesar: 0,865. 3) Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa. Ini dibuktikan dengan nilai korelasi antar konstruk sebesar: 0,881

V. REFERENSI

- Alves H and Raposo M 2010 The influence of University Image on Student Behaviour *International Journal of Educational Management* 24 (1) : 73-85
- Dwi Aryani dan Febri Rosinta 2010 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* 17 (2)
- Farahmandian S, Minavand H and Afshardost M 2013 Perceived Service Quality and Student Satisfaction in Higher Education *IOSR Journal of Business and Management* 12 : 65-74
- Ham L and Hayduk S 2003 Gaining competitive advantage in higher education: analyzing the gap between expectations and perceptions of service quality *International Journal of Value-Based Management* 16 : 223-242