

**ANALISIS PENGARUH PEMBELAJARAN DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN MAHASISWA DAN LOYALITAS  
MAHASISWA (STUDI KASUS PADA UNDA  
RIS  
UNGERAN)**



**TESIS**

**Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna  
memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen  
Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Oleh:**

**Indah Dwi Prasetyaningrum**

**C4A 005 196**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN  
PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2009**

## **PENGESAHAN TESIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

**ANALISIS PENGARUH PEMBELAJARAN DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DAN  
LOYALITAS MAHASISWA  
(Studi Kasus pada UNRARIS UNGARAN)**

Yang disusun oleh Indah Dwi Prasetyaningrum, NIM C4A 003 196 telah dipertahankan didepan Dewan Penguji pada tanggal 18 Februari 2009 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima dan revisi telah disetujui pada tanggal 27 Februari 2009

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs. Mudiantono, M.Sc

Drs. J. Sugiharto PH, SU

Semarang, 27 Februari 2009

**UNIVERSITAS DIPONEGORO  
PROGRAM PASCA SARJANA  
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**KETUA PROGRAM**

**Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA**



## Sertifikasi

Saya, Indah Dwi Prasetyaningrum, yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa tesis yang saya ajukan ini adalah hasil karya saya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapat gelar pada program Magister Manajemen ini ataupun pada program lainnya. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggungjawaban sepenuhnya berada pada pundak saya.

Indah Dwi Prasetyaningrum

18 Februari 2009

Dengan segala ketulusan hati, saya  
persembahkan tesis ini kepada:

- ✓ Bapak dan Ibuku
- ✓ Papa dan Mama Mertuaku
- ✓ Suami tercinta dan Iparku
- ✓ Mas Arif , Mbak Rini, dan Novi

Terima Kasih atas segala doa,  
dukungan,  
dan pengalaman yang diberikan

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis berhasil menyelesaikan thesis ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis menyadari telah banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Augusty Tae Ferdinand, MBA, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang.
2. Drs. Mudiantono, MSc, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah banyak membantu dan memberikan petunjuk kepada penulis.
3. Drs. J. Sugiharto, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah banyak membantu dan memberikan petunjuk kepada penulis.
4. Ibu Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE selaku Rektor UNDARIS UNGARAN, yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk melanjutkan studi pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.

5. Kedua Orang Tuaku, terimakasih atas kesabaran, bantuan, doa, serta semangat yang diberikan.
6. Suami serta saudara-saudaraku, terimakasih atas bantuan dan doanya.
7. Sahabat-sahabatku (Tantri, Tanti, Mbak Ari, Dewi), terimakasih atas motivasi yang kalian berikan.
8. Semua Pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang setimpal atas segala amal baik yang telah dikerjakan. Amin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini jauh dari sempurna dan tidak luput dari segala kekurangan dan keterbatasan yang ada, untuk itu saran dan kritik selalu penulis harapkan untuk kemajuan penulis di kemudian hari. Namun, penulis berharap semoga sumbangan pemikiran yang penulis sampaikan bisa bermanfaat bagi pembaca semua.

Semarang, 18 Februari 2009

Penulis

## ABSTRACT

Facing the global market and the national development program, the factor of human resource competency is very essential. This condition makes the government, especially in higher education institution to provide human resources with competencies. Higher education institution as an educational organization is demanded to give best services for the community that at last in return will drive the higher education institution to move forward.

The aim of this research is to analyze the impact variables of the learning quality and the service quality on satisfaction and loyalty of the student of Undaris Ungaran in Central Java. This research use a survey method, the data is collected by having questionnaires of 170 respondents. The population of this research is 1144 students of Undaris Ungaran that were started in the academic year of 2004 / 2005 to 2008 / 2009. It is decided that the sample of this research is 150 students. The sampling method of this research is *purposive sampling* that has certain criteria. Then, the data is analyzed with *Structural Equation Modelling* (SEM) under AMOS 4.0 computer program with *maximum likelihood estimation*.

According to the result it is concluded that the student loyalty can be improved by improving the learning quality that will improve the student satisfaction. The student loyalty can also be improved by improving the service quality that will improve the student satisfaction. This conclusion is based on the CR value which is in amount of 2,933. It confirms the hypothesis which stated that there is a positive effect between learning quality variable on the student satisfaction variable. The results of this research also find that there is a positive impact between service quality variable on the student satisfaction variable. It is shown by the CR value which is in amount of 4,492. Finally, the CR = 5,432 shows that there is a positive effect between student satisfaction variable on the student loyalty variable.

Keyword: Learning, Service Quality, Student Satisfaction, Student Loyalty.

## ABSTRAKSI

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 sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi. Perguruan Tinggi sebagai suatu lembaga penyedia jasa pendidikan dituntut dapat memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan maksimal kepada masyarakat pengguna jasanya, yang pada gilirannya justru akan mampu mendorong kemajuan Perguruan Tinggi tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas pembelajaran dan variabel kualitas pelayanan dalam hubungannya dengan kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa Undaris Ungaran. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, data diperoleh dengan penyebaran kuesioner kepada 170 responden. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Undaris Ungaran mulai tahun akademik 2004 / 2005 sampai dengan tahun akademik 2008 / 2009, yaitu sebanyak 1144 mahasiswa. Sampel yang diambil ditetapkan sejumlah 150 mahasiswa. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *sampel purposive* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dengan program AMOS 4.0 dengan *maximum likelihood estimation*.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui variabel kepuasan mahasiswa. Loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui variabel kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh nilai CR = 2,933 yang membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa terdapat pengaruh positif. Hasil penelitian ini juga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CR = 4,492. Sedangkan nilai CR = 5,432 menunjukkan pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

**Kata kunci:** Pembelajaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa, Loyalitas Mahasiswa.



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Tesis.....	ii
Halaman Pernyataan Keaslian Tesis (Sertifikasi).....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Abstract.....	vii
Abstraksi.....	viii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Rumus.....	xv
Daftar Lampiran.....	xvi
BAB I. Pendahuluan.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan dan Kegunaan.....	9
BAB II. Telaah Pustaka dan Pengembangan Model.....	10
2.1. Konsep-konsep Rujukan.....	10

2.2.	Konsep-konsep Dasar .....	17
2.2.1.	Pembelajaran .....	17
2.2.2.	Kualitas Pelayanan .....	18
2.2.3.	Kepuasan Mahasiswa .....	19
2.2.4.	Loyalitas Mahasiswa .....	21
2.3.	Telaah Hubungan Penelitian .....	23
2.3.1.	Pembelajaran dengan Kepuasan Mahasiswa .....	23
2.3.2.	Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Mahasiswa .....	24
2.3.3.	Kepuasan Mahasiswa dengan Loyalitas Mahasiswa .....	25
2.4.	Pengembangan Model .....	27
2.5.	Definisi Operasional Variabel (DOV) .....	27
2.5.1.	Pembelajaran .....	27
2.5.2.	Kualitas Pelayanan .....	28
2.5.3.	Kepuasan Mahasiswa .....	28
2.5.4.	Loyalitas Mahasiswa .....	29
BAB III.	Metode Penelitian .....	30
3.1.	Jenis dan Sumber Data .....	30
3.2.	Populasi dan Sampel .....	30
3.2.1.	Populasi Penelitian .....	30
3.2.2.	Sampel Penelitian .....	31
3.2.3.	Metode Pengambilan Sampel .....	31
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4.	Metode Analisis Data .....	32

BAB IV	Analisis Data .....	39
	4.1. Data dan Deskriptif Responden .....	39
	4.2. Proses dan Hasil Analisis Data .....	41
	4.2.1. Proses Analisis Data.....	41
	4.2.2. Analisis Faktor Konfirmatori .....	43
	4.2.3. Structural Equation Modelling (SEM).....	47
	4.2.4. Evaluasi Normalitas Data.....	49
	4.2.5. Evaluasi Outliers .....	50
	4.2.5.1. Univariate Outliers.....	51
	4.2.5.2. Multivariate Outliers .....	52
	4.2.6. Evaluasi atas Multicollinearity dan Singularity .....	54
	4.2.7. Pengujian terhadap Nilai Residual .....	54
	4.2.8. Uji Realibility dan Variance Extract .....	56
	4.2.8.1. Uji Realibility.....	56
	4.2.8.2. Variance Extract.....	57
	4.3. Pengujian Hipotesis.....	59
	4.3.1. Pengujian Hipotesis I .....	59
	4.3.2. Pengujian Hipotesis II .....	60
	4.3.3. Pengujian Hipotesis III.....	60
BAB V	Kesimpulan dan Implikasi Manajerial .....	62
	5.1. Pendahuluan .....	62
	5.2. Kesimpulan Mengenai Hipotesis dan Masalah Penelitian.....	64
	5.2.1. Kesimpulan Mengenai Hipotesis .....	64

5.2.2. Kesimpulan Masalah Penelitian.....	66
5.3. Implikasi Teoritis .....	68
5.4. Implikasi Manajerial .....	70
5.5. Keterbatasan Penelitian.....	73
5.6. Agenda Penelitian Mendatang .....	73

Daftar Referensi

Lampiran-Lampiran

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG MASALAH**

Era globalisasi merupakan tantangan tersendiri bagi Perguruan Tinggi dalam menyiapkan lulusannya agar mampu berkompetisi dalam memperebutkan pasar kerja dan menghasilkan lulusan yang inovatif dan kreatif. Secara internasional, mulai tahun 2003 AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan AFLA (*Asean Free Labour Area*) akan dimulai. Hal ini berarti persaingan tenaga kerja akan terbuka, konsekuensinya tenaga kerja kita harus mampu bersaing secara terbuka dengan tenaga kerja asing dari berbagai negara. Jika tidak, maka tenaga kerja Indonesia akan tersisihkan oleh tenaga kerja asing dari Malaysia, Philipina, Bangladesh, India, dan sebagainya (Mushlih dan Suharsono, 2004, p.1).

Upaya memenuhi keinginan mahasiswa dan calon mahasiswa merupakan kunci sukses memenangkan persaingan (Simonson, 1993, p.68). Tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan tinggi adalah menggunakan umpan balik dari mahasiswa atau calon mahasiswa untuk mengendalikan perubahan organisasional (Bergin, 1997, p.82). Kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen (*customer voice*) dan kehendak organisasi pengelola perguruan tinggi (*company voice*) merupakan

syarat penting keberhasilan proses pendidikan tinggi (Muafi dan Yuni Siswanti, 2007).

Banyak perusahaan mengembangkan strategi untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk dan jasa, baik di pasar konsumen maupun bisnis, seperti penelitian yang dilakukan oleh Sutino dan Sumarno (2005) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT.POS Indonesia Semarang 50000”, dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak semua hipotesis dapat diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Namun, kualitas produk tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan (Sutino dan Sumarno, 2005, p. 17).

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Margaretha (2004) yang berjudul “Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah)”, yang membuktikan bahwa kualitas kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan, dimana kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan, dan pada akhirnya reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan (Margaretha, 2004, p. 301).

Karena kualitas pelayanan mengacu pada jasa, maka penulis hendak membahas mengenai jasa. Dimana jasa adalah proses atau aktivitas yang tidak berwujud dan menunjukkan interaksi antar manusia, meskipun pihak-

pihak yang terlibat tidak menyadarinya. Namun hasil dari jasa tidak menyebabkan kepemilikan individu yang terlibat. Makna dari jasa berkaitan dengan kualitas, berarti kesesuaian suatu produk baik barang maupun jasa dengan tujuan yang telah ditentukan, dimana kehandalan, ketahanan, dan waktu yang tepat dalam memaknai integritas, sehingga dapat memuaskan pelanggan. Dengan demikian kualitas jasa adalah usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa, agar layanan yang mereka terima sesuai dengan harapan / keinginan pelanggan (Agustiono dan Sumarno, 2006, p.1).

Dalam menghadapi persaingan ekonomi yang semakin ketat, hanya produk dan jasa yang berkualitas tinggi dan biaya produksi yang rendah yang akan unggul dalam persaingan ini. Untuk menghadapi hal ini, maka tiap perusahaan perlu memperbaiki kinerjanya dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk pada pelanggan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono, 1997, p.24).

Sebuah proses pengambilan keputusan tidak hanya berakhir dengan terjadinya transaksi pembelian, akan tetapi diikuti pula oleh tahap perilaku purnabeli, (terutama dalam pengambilan keputusan yang luas). Dalam tahap

ini konsumen merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu yang akan mempengaruhi perilaku berikutnya. Jika konsumen merasa puas, ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang atau membeli produk lain di perusahaan yang sama di masa mendatang (Tjiptono, 1997, p.21).

Selanjutnya menurut Sugandini (2003) dalam penelitiannya yang berjudul “Anteseden Loyalitas Konsumen pada Industri Perhotelan, Studi pada Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta”, menunjukkan bahwa citra, nilai, dan kepuasan konsumen berpengaruh positif pada loyalitas konsumen. Pengaruh total citra terhadap loyalitas konsumen dapat diperbesar dengan peran variabel mediasi, yaitu kualitas persepsi. Kepuasan konsumen secara langsung mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen, dibandingkan nilai dan citra. Adanya peranan nilai, kualitas persepsi dan kepuasan konsumen, pengaruh citra terhadap loyalitas dapat diperbesar, namun tidak dapat melebihi pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen.

Pengaruh langsung citra yang lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsungnya dikarenakan pada hotel berbintang tiga, empat, dan lima memiliki fasilitas-fasilitas yang bagus atau berkualitas dibandingkan dengan tipe hotel yang memiliki bintang di bawahnya. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki hotel berbintang tiga ke atas inilah yang menyebabkan citra baik hotel tersebut di masyarakat, sehingga dari citra yang baik tersebut akan muncul *positive word of mouth communication*, kemauan untuk



merekomendasi seseorang menginap di hotel tersebut, kemauan untuk menginap di hotel tersebut, dan kemauan untuk mendorong seseorang berbisnis dengan hotel yang bersangkutan. Namun temuan ini tidak bisa diterapkan begitu saja pada tipe-tipe hotel yang memiliki konsumen dengan karakteristik yang lebih spesifik dibandingkan dengan konsumen berbintang dua ke bawah (Sugandini, 2003).

Kepuasan konsumen mempunyai pengaruh terbesar terhadap loyalitas konsumen, dikarenakan pada hotel berbintang tiga, empat, dan lima disamping memiliki fasilitas-fasilitas yang baik dan memadai, kemampuan dan kecakapan staf dalam melayani juga baik, sehingga konsumen yang tinggal di hotel tersebut merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan tersebut. Perasaan puas inilah yang dapat menyebabkan konsumen tersebut akan kembali tinggal di hotel yang bersangkutan pada lain waktu, enggan berpindah ke hotel lain, mau untuk merekomendasi hotel tersebut kepada orang lain, dan menunjukkan sikap loyalnya kepada hotel yang bersangkutan. Namun, hasil penelitian ini harus diterapkan secara hati-hati untuk hotel yang memiliki karakteristik lain, karena keunikan hotel berbintang tiga, empat, dan lima tidak sama dengan hotel berbintang dua ke bawah maupun hotel-hotel lain dengan tipe berbeda (Sugandini, 2003).

Menurut Agustiono dan Sumarno (2006), dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St.Elisabeth Semarang” membuktikan bahwa pada hipotesis pertama ada pengaruh kualitas

pelayanan dan kepuasan pasien Rumah Sakit St.Elisabeth Semarang. Hipotesis kedua membuktikan bahwa ada pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pasien rawat inap di rumah sakit Elisabeth Semarang. Sedangkan hipotesis ketiga membuktikan bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pasien terhadap loyalitas pasien rawat inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang (Agustiono dan Sumarno, 2006).

Dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Unsur-unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)”, Alma et all, 2007, menunjukkan bahwa tidak semua hipotesis dapat diterima. Kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, tetapi kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kepuasan nasabah terbukti berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Alma et all, 2007, p.149).

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Guolla yang berjudul “*Assessing the teaching quality to student satisfaction research in the classroom*” membuktikan bahwa pembelajaran berhubungan kuat dengan kepuasan pelajaran dan antusiasme instruktur berhubungan kuat dengan kepuasan instruktur (Guolla, 1999).

Dalam tabel 1 berikut ini ditampilkan gambaran terjadinya fluktuasi jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun pada lingkungan Undaris Ungaran:

**TABEL 1.1**  
**Fluktuasi Jumlah Mahasiswa dari tahun ke tahun**  
**di lingkungan Undaris Ungaran**

N o	FAKULTAS	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1	TEKNIK	51	46	24	33	15	2	14
2	HUKUM	95	63	110	95	73	85	90
3	Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan	11	42	23	5	15	21	52
4	Fakultas Agama Islam	20	64	45	21	42	64	44
5	EKONOMI	53	26	154	11	17	27	33
6	PETERNAKAN	9	1	15	2	2	2	8
<b>JUMLAH MHS</b>		239	242	371	167	164	201	241

Sumber: Undaris tahun 2008

Dari tabel 1.1 di atas, dapat disimpulkan bahwa jumlah mahasiswa di lingkungan Undaris Ungaran sangat fluktuatif, bahkan ada yang mengalami penurunan yang sangat tajam. Hanya pada tahun terakhir (2008), terjadi peningkatan jumlah mahasiswa pada masing-masing fakultas, kecuali Fakultas Agama Islam.

## 1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang masalah di atas, dalam rangka pengembangan teoritis, Sutino dan Sumarno (2005) menyarankan untuk penelitian selanjutnya sebaiknya dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda dengan kondisi dan lokasi obyek yang berbeda pula. Dalam penelitian mendatang perlu diselidiki karakteristik-karakteristik lain yang berinteraksi dengan kualitas pelayanan. Sementara Margaretha (2004) menyarankan untuk

diadakan penelitian lebih mendalam yang berkenaan dengan studi komparatif mengenai pengaruh kualitas kinerja pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan untuk berbagai tipe kategori produk yang berbeda. Sugandini (2003) dalam penelitiannya memberikan kesempatan bagi peneliti selanjutnya untuk mengadakan penelitian pada *service industry* lain, seperti industri perbankan, restaurant dan asuransi, juga dapat direplikasi untuk industri hotel pada *type* hotel lain yang bersifat *independent* atau hotel yang tergabung dalam satu *chain management*.

Agustiono dan Sumarno (2006) menyarankan untuk penelitian selanjutnya, sebaiknya dilakukan pada obyek penelitian yang berbeda dengan kondisi dan lokasi yang berbeda pula. Ini bermanfaat untuk pengujian apakah variabel dan metode yang digunakan dalam penelitian ini, mengenai kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas, juga bisa berlaku untuk obyek penelitian yang berbeda. Dalam penelitian mendatang perlu dikaji sifat lain dari kualitas jasa, yang berinteraksi dengan kepuasan dan loyalitas pasien dengan indikator yang berbeda.

Dari beberapa *research gap* diatas, selanjutnya akan dilakukan penelitian dengan indikasi permasalahan yang didapat berdasarkan Tabel 1.1 yaitu: bahwa terdapat fluktuasi penurunan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun di lingkungan Undaris Ungaran. Kemudian dari indikasi permasalahan tersebut, maka pertanyaan penelitian yang dapat diambil adalah: Bagaimana

cara untuk mengatasi adanya indikasi penurunan loyalitas mahasiswa yang terjadi di lingkungan Undaris Ungaran?

### **1.3 TUJUAN DAN KEGUNAAN**

Tujuan umum dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh pembelajaran terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

Selanjutnya hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan untuk menentukan strategi yang tepat untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa di lingkungan Undaris Ungaran.

## BAB II

### TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL

#### 2.1. KONSEP-KONSEP RUJUKAN

Pada penelitian ini konsep-konsep rujukan yang digunakan disesuaikan dengan judul penelitian, yaitu “Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undaris Ungaran)”. Berikut ini 10 konsep rujukan penelitian yang penulis pergunakan dalam tesis ini:

Peneliti /Tahun	Variabel	Metode Analisis	Kesimpulan
Sutino dan Sumarno (2005).	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk dan Loyalitas Pelanggan.	Menggunakan <i>insidental sampling</i> . Menggunakan kuesioner dengan skala Likert 5 point. Menggunakan alat analisis Structural Equation Model (SEM) yang memakai 2 teknik, yaitu Analisis Faktor Konfirmatori dan <i>Regression Weight</i> .	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan. Kepuasan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas. Hanya pada hipotesis ke 2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan ditolak.
Moureen Margaretha (2004).	Kualitas Kinerja Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Reputasi Perusahaan, dan Loyalitas Pelanggan.	Menggunakan <i>purposive sampling</i> . Menggunakan alat analisis Structural Equation Model (SEM).	Kualitas kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan.

			Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.
Dyah Sugandini (2003).	Citra Hotel, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Konsumen, Kualitas Persepsi, dan Nilai.	Menggunakan purposive sampling. Menggunakan skala Likert 5 point. Menggunakan alat analisis Structural Equation Model (SEM).	Citra Hotel mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen, nilai, kualitas persepsi, dan kepuasan konsumen. Kualitas persepsi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan nilai. Nilai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, sedangkan Kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap Loyalitas konsumen.
Budi Agustiono dan Sumarno (2006).	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan.	Menggunakan kuesioner dengan skala Likert 5 point. Menggunakan alat analisis Structural Equation Modelling (SEM) yang memakai 2 teknik yaitu Analisis Faktor Konfirmatori dan Regression Weight.	Ada pengaruh kuat antara Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang.
Buchari Alma et all (2007).	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah.	Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan penelitian verifikatif. Sesuai dengan kedua jenis penelitian tersebut, maka metode yang digunakan adalah <i>descriptive survey</i> dan <i>explanatory survey</i> .	Kualitas pelayanan jasa Taplus Bank BNI pada umumnya relatif baik. Unsur <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , dan <i>assurance</i> dalam kualitas pelayanan jasa ini relatif baik. Sedangkan unsur <i>responsiveness</i> dan <i>empathy</i> relatif cukup. Unsur <i>reliability</i> merupakan unsur yang paling dominan dalam kualitas pelayanan jasa

		<p>Teknik sampling yang digunakan adalah <i>proportionate stratified random sampling</i>. Teknik pengumpulan data melibatkan pedoman wawancara bersifat terbuka dan angket. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis kuantitatif dengan bantuan statistik, yaitu teknik korelasi <i>rank order spearman</i>.</p>	<p>Taplus Bank BNI Cabang UPI dibandingkan unsur-unsur lainnya. Kemudian diikuti secara berurutan masing-masing oleh unsur <i>assurance, tangible, responsiveness, dan empathy</i>. Tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan jasa Taplus Bank BNI Cabang UPI relatif tinggi walaupun masih terdapat “gap” atau kesenjangan yang cukup besar. Gap atau kesenjangan ini menunjukkan bahwa terdapat harapan dari nasabah atas pelayanan jasa Taplus Bank BNI Cabang UPI yang belum terpenuhi. Gap atau kesenjangan ini terjadi pada setiap unsur atau keseluruhan unsur pelayanan jasa. Loyalitas nasabah Taplus Bank BNI Cabang UPI masih berada pada tingkat yang sedang. Walaupun hal ini, hanya aspek frekuensi menabung saja yang menunjukkan loyalitas yang tinggi. Sedangkan aspek loyalitas lainnya seperti frekuensi merekomendasikan pada orang lain, tingkat penolakan pemindahan dana pada bank lain, tingkat ketidaktertarikan pada tawaran bank lain serta frekuensi penyetoran dana dan transaksi</p>
--	--	---	--



			lainnya yang menggunakan jasa Taplus menunjukkan tingkat yang sedang. Kualitas pelayanan jasa memiliki hubungan positif signifikan dengan kepuasan nasabah, tetapi dengan loyalitas nasabah hubungannya tidak signifikan. Kepuasan nasabah memiliki hubungan yang positif signifikan dengan loyalitas nasabah.
Michael Guolla (1999).	Pembelajaran, Kepuasan Pelajaran, Antusiasme Instruktur, dan Kepuasan Instruktur.	Menggunakan Instrument SEEQ ( <i>Student Evaluation of Educational Quality</i> ). Pengukuran SEEQ menggunakan 5 poin skala. Studi ini menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS). Model pengukuran dinilai dengan validitas konvergen dan validitas determinan. Korelasi kuadrat dari seluruh konsepsi SEEQ adalah lebih rendah daripada nilai AVE ( <i>Average Variance Extracted</i> ) respektif, yang mendukung validitas diskriminan.	Pembelajaran berhubungan kuat dengan kepuasan pelajaran dan antusiasme instruktur berhubungan kuat dengan kepuasan instruktur.
Rusdarti (2004).	Kualitas Pelayanan, Nilai Pelayanan, dan Loyalitas	Populasi dalam penelitian ini adalah	Kualitas pelayanan merupakan modal utama perusahaan dalam

	Nasabah.	<p>seluruh Bank BPD Cabang Semarang yang online, seluruhnya berjumlah 17 bank. Menggunakan simple random sampling dan diperoleh 4 bank BPD dan sampel nasabah bank sebanyak 120 orang yang diambil secara proporsional dari masing-masing bank sampel. Menggunakan kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis jalur (path analysis).</p>	<p>menjual jasanya yang mencakup dimensi tangible, empathy, responsiveness, reliability, assurance, secara total maupun per dimensi kualitas pelayanan termasuk dalam kategori “sangat tinggi”. Sedangkan nilai pelayanan dan loyalitas nasabah termasuk dalam kategori “sedang”. Kualitas pelayanan dan nilai pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BPD Jateng Cabang Semarang. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah lebih dominan dibandingkan dengan nilai pelayanan.</p>
Nursya'bani Purnama (2002).	TQS, Faktor Pekerja dan Budaya, Faktor Infrastruktur, Faktor Manajerial dan Faktor Organisasional.	<p>Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara <i>purposive sampling</i> dan <i>convenience sampling</i>. Instrumen kuesioner terdiri dari 17 item pertanyaan, meliputi 4 pertanyaan untuk faktor pekerja dan budaya, 6 pertanyaan untuk faktor infrastruktur, 4 pertanyaan untuk faktor manajerial, dan 3</p>	<p>Berdasar perhitungan mean, dapat dinilai bahwa faktor-faktor yang menjadi kendala potensial penerapan TQS pada perguruan tinggi terdiri dari faktor pekerja dan budaya, faktor infrastruktur, dan faktor organisasional. Adanya penemuan bahwa faktor manajerial tidak termasuk sebagai kendala potensial dalam penerapan TQS menarik untuk dicermati. Hal ini berarti bahwa para pengelola perguruan tinggi telah memiliki visi dan misi yang jelas dalam menjalankan aktivitas perguruan tinggi,</p>

		<p>pertanyaan untuk faktor organisasional.</p> <p>Menggunakan skala Likert 5 poin. Kemudian dilakukan perhitungan <i>mean</i> masing-masing faktor.</p>	<p>memiliki komitmen terhadap upaya pencapaian kualitas, memiliki sikap kepemimpinan yang memadai, dan dipahami bahwa pada setiap perguruan tinggi umumnya pergantian pimpinan puncak terprogram dengan jelas.</p>
Zurni Zahara Samosir (2005).	<p>Kepuasan mahasiswa, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, dan Bukti Langsung.</p>	<p>Penelitian ini bersifat deskriptif eksplanatori. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei yang menggunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data dengan unit analisisnya adalah mahasiswa USU. Penarikan sampel dilakukan dengan rumus Slovin. Penelitian ini menggunakan teknik sampling aksidental. Secara keseluruhan, variabel diukur dengan menggunakan skala Likert. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan program statistik SPSS (Statistical Package for</p>	<p>Kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti langsung) secara serempak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Secara parsial dimensi keandalan, daya tanggap, empati, dan bukti langsung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan dimensi jaminan tidak berpengaruh secara signifikan. Dimensi bukti langsung yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, kenyamanan, penampilan karyawan adalah merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam menggunakan Perpustakaan USU. Sumbangan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 56,3%. Selebihnya 43,7% kepuasan mahasiswa menggunakan</p>

		<p>Social Sciences). Sebelum melakukan analisis regresi, maka peneliti melakukan uji asumsi yaitu pengujian normalitas data, pengujian kriteria BLUES (Best Linier Unbiased Estimator) yaitu pengujian multikolinearitas dan heteroskedastisitas dan melakukan pengujian <i>Goodness of Fit</i>.</p>	<p>perpustakaan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terungkap pada penelitian ini.</p>
<p>Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006).</p>	<p>Sistem Layanan, Biaya, Kemudahan Memperoleh Informasi, Kecepatan Memperoleh Informasi, Pelayanan Pemberian Informasi, dan Tingkat Kepuasan.</p>	<p>Sampel diambil secara <i>purposive</i>. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai sumber dan digunakan untuk menunjang informasi yang diperlukan dalam kajian. Pengujian hipotesa menggunakan chi kuadrat.</p>	<p>Sistem layanan terbuka maupun tertutup yang diterapkan oleh perpustakaan Balitkabi berhubungan nyata dengan tingkat kepuasan pengguna. Namun tingkat kepuasan pengguna berhubungan nyata dengan biaya, kemudahan memperoleh informasi, kecepatan memperoleh informasi, dan pelayanan pemberian informasi. Dari ke-4 faktor yang berpengaruh nyata tersebut, pelayanan pemberian informasi mempunyai hubungan yang paling nyata terhadap kepuasan pengguna perpustakaan Balitkabi.</p>

## **2.2. KONSEP-KONSEP DASAR**

### **2.2.1. Pembelajaran**

Proses belajar mengajar adalah suatu proses menterjemahkan dan mentransformasikan nilai-nilai yang terdapat dalam kurikulum kepada para siswa, melalui interaksi belajar mengajar di sekolah (Sudjana, 1987 dalam Widyartini, 2002).

Proses belajar mengajar secara teknis adalah interaksi secara aktif antara tenaga pengajar dan mahasiswa, dimana tenaga pengajar mengelola sumber-sumber belajar (termasuk dirinya sendiri) guna memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa (Suryabrata, 1989 dalam Widyartini, 2002).

Proses belajar mengajar merupakan suatu proses yang mengandung serangkaian perbuatan guru dan siswa atas dasar hubungan timbal balik yang berlangsung dalam situasi edukatif untuk mencapai tujuan tertentu. Interaksi atau hubungan timbal balik antara guru dan siswa itu merupakan syarat utama bagi berlangsungnya proses belajar mengajar. Interaksi dalam peristiwa belajar mengajar mempunyai arti yang lebih luas, tidak sekedar hubungan antara guru dan siswa, tetapi berupa interaksi edukatif. Dalam hal ini bukan hanya penyampaian pesan berupa materi pelajaran, melainkan penanaman sikap dan nilai pada diri siswa yang sedang belajar (Usman, 1989 dalam Widyartini, 2002).

### 2.2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988: p.3). Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988: p.15) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja.

Storey dan Wood (1998: p.1) berpendapat bahwa manajemen harus memahami keseluruhan layanan yang ditawarkan dari sudut pandang pelanggan. Barata (2006: p.36) menyatakan bahwa ukuran kualitas pelayanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Selanjutnya, bila kinerja pelayanan ini kita kaitkan dengan harapan (*expectation*) dan kepuasan (*satisfaction*) maka gambarannya adalah sebagai berikut (Barata, 2006, p.38):

- **Kinerja < Harapan** (*Performance < Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan keadaan di bawah harapan pelanggan, maka pelayanan kepada pelanggan dapat dianggap tidak memuaskan.

- **Kinerja = Harapan** (*Performance = Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan sama atau sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap memuaskan, tetapi tingkat kepuasannya minimal karena pada keadaan seperti ini dapat dianggap belum ada keistimewaan layanan. Jadi pelayanan dianggap biasa atau wajar-wajar saja.

- **Kinerja > Harapan** (*Performance > Expectation*)

Bila kinerja layanan menunjukkan lebih dari harapan pelanggan, maka pelayanan dianggap istimewa atau sangat memuaskan, karena pelayanan yang diberikan ada pada tahap yang optimal.

### 2.2.3. Kepuasan Konsumen

Tse dan Wilton (1998) dalam Kandampully dan Suhartanto (2000) 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, Blackwell, dan Miniard (1995) dalam Theresia Widyaratna, Danny, dan Filicia Chandra (2001), mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan.

Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Tjiptono, 1997: p.24).

Oliver, 1977; Rust, Zahorik, and Keiningham, 1994 dalam Agustiono dan Sumarno, 2006, berpendapat bahwa tujuan pengukuran kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan informasi supaya pelanggan menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan.

Pada prinsipnya terdapat 3 kunci dalam memberikan kepuasan pelanggan, yaitu: kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (termasuk memahami tipe-tipe pelanggan); mengembangkan database yang akurat tentang pelanggan (termasuk kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan); dan pemanfaatan informasi yang didapat dari riset pasar dalam kerangka pemasaran strategik (Tjiptono, 1997 dalam Agustiono dan Sumarno, 2006).

Untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan 4 hal, yaitu mengidentifikasi setiap pelanggannya, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas pelayanan, memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan, dan memahami siklus pengukuran serta umpan balik dari kepuasan pelanggan (Tjiptono, 1997 dalam Agustiono dan Sumarno, 2006).



#### **2.2.4. Loyalitas Konsumen**

Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap obyek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995: p.144).

Loyalitas konsumen 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. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu (Theresia Widyaratna, Danny, dan Filicia Chandra, 2001: p.89).

Dick dan Basu (1994) dalam Tatik Suryani (1998) menyatakan bahwa kunci keunggulan bersaing dalam situasi yang penuh persaingan adalah kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan. Kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan.

Menurut *Aaker* (1991) dalam Tatik Suryani (1998), kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan antara lain:

a. Mengurangi biaya pemasaran

Aplikasi perusahaan memiliki pelanggan setia yang cukup besar, maka hal ini dapat mengurangi biaya pemasaran. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa biaya untuk mendapatkan pelanggan baru 6 kali relatif lebih besar dibandingkan dengan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Iklan dan bentuk-bentuk promosi yang dikeluarkan dalam jumlah besar belum tentu dapat menarik pelanggan baru karena tidak gampang membentuk sikap positif terhadap merk.

b. *Trade Leverage*

Kesetiaan terhadap merk menyediakan *trade leverage* bagi perusahaan. Sebuah produk dengan merk yang memiliki pelanggan setia akan menarik para distributor untuk memberikan ruang yang lebih besar dibandingkan dengan merk lain di toko mereka. Karena mereka tahu bahwa konsumen ataupun pelanggan akan berulang kali membeli merk tersebut bahkan mengajak konsumen lain untuk membeli merk tersebut.

c. Menarik pelanggan baru

Pelanggan yang puas dengan merk yang dibelinya dapat mempengaruhi konsumen lain. Bixler dan Scherrer (1996) dalam Tatik Suryani (1998) menyatakan bahwa pelanggan yang tidak

puas akan menyampaikan ketidakpuasannya kepada 8 hingga 10 orang. Sebaliknya bila pelanggan puas, maka pelanggan akan menceritakan bahkan merekomendasikan kepada orang lain untuk memilih produk/jasa yang telah memberikan kepuasan.

d. Waktu untuk merespon ancaman dari pesaing

Kesetiaan terhadap merk memungkinkan perusahaan memiliki waktu untuk merespon tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pesaing. Jika pesaing mengembangkan produk yang lebih superior, perusahaan memiliki kesempatan untuk membuat produk yang lebih baik dalam jangka waktu tertentu karena bagi pesaing relatif sulit untuk mempengaruhi pelanggan-pelanggan kita yang setia. Mereka butuh waktu yang relatif lama.

## **2.3. TELAAH HUBUNGAN PENELITIAN**

### **2.3.1. Pembelajaran dengan Kepuasan Mahasiswa**

Mahasiswa yang masuk sebuah PT tentu mempunyai banyak harapan seperti adanya kesempatan lapangan kerja, pengembangan karir, dan adanya kepuasan, kesenangan, dan kebanggaan sebagai mahasiswa di perguruan tinggi tersebut (Bowen dalam Alma, 2005, p. 69).

Pengorbanan yang dikeluarkan oleh mahasiswa berupa uang untuk membayar segala biaya pendidikan, waktu yang dihabiskan yang dapat dihitung sebagai *opportunity cost*, dan jerih payah

mereka mengikuti perkuliahan, harus diimbangi oleh layanan yang diberikan Perguruan Tinggi. Semua rantai nilai yang ada dalam lembaga pendidikan, harus menciptakan nilai tambah bagi mahasiswa. Semua personil, serta proses pendidikan sebagai rantai nilai utama harus dapat memberikan kepuasan dalam layanan kepada para mahasiswa (Alma, 2005, p.100).

Dalam hal ini perlu diperhatikan dan ditingkatkan selalu bagaimana proses yang terjadi dalam penyaluran jasa dari produsen sampai ke konsumen. Pada lembaga pendidikan tentu hal ini menyangkut produk utamanya yaitu proses belajar mengajar dari dosen ke mahasiswa (Alma, 2007, p10.). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah

**H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa.**

### **2.3.2 Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Mahasiswa**

Secara sederhana pengertian kualitas layanan dapat dinyatakan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan konsumen dengan layanan yang diterimanya (*Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988, p. 15*).

Menurut *Juran* (1988) dalam *Sugandini* (2003), kualitas terdiri dari 2 elemen pokok yaitu:

- a. Sejauh mana sebuah produk atau jasa (*service*) memenuhi keinginan konsumen.
- b. Sejauh mana sebuah produk atau jasa (*service*) terbebas dari kekurangan (tidak sempurna / kurang baik).

Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia layanan, melainkan berdasar pada persepsi konsumen. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah

**H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.**

### **2.3.3. Kepuasan Mahasiswa dengan Loyalitas Mahasiswa**

*Fornell*, 1992 dalam *Kandampully*, 2000 telah meneliti hubungan antara kepuasan pelanggan dan kesetiaan pelanggan dimana perilaku pelanggan yang merasa puas akan menjadi lebih setia.

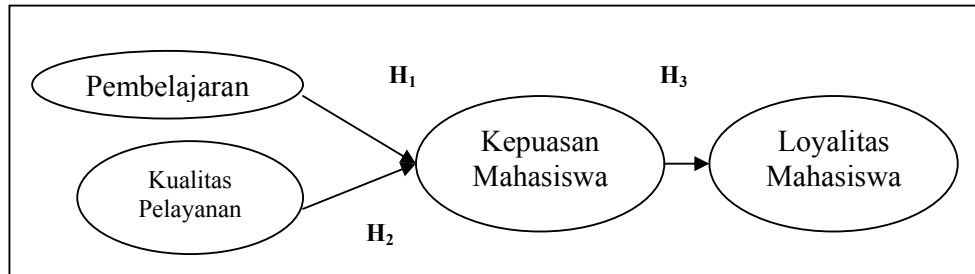
Begitu juga dengan yang dikatakan oleh *Beatty* dkk (dalam *Reynold* dan *Arnold*, 2000, p.91) bahwa dengan adanya rasa puas, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang hanya pada satu pemasok saja, sehingga pelanggan akan menjadi setia pada pemasok

tersebut. Bukti bahwa terdapat suatu hubungan yang positif antara kepuasan dan kesetiaan (loyalitas) yaitu bahwa semakin tinggi tingkat kepuasan akan membawa tingkat kesetiaan yang semakin tinggi pula.

Hal ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Line Lervik Olsen, 2003 yang telah membuktikan bahwa kepuasan pelanggan secara signifikan mempengaruhi kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan adalah

**H<sub>3</sub>: Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa.**

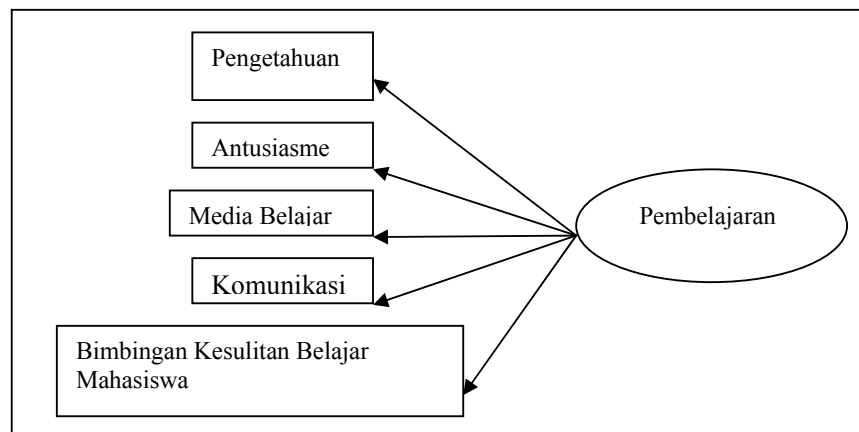
## 2.4. PENGEMBANGAN MODEL



## 2.5. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL (DOV)

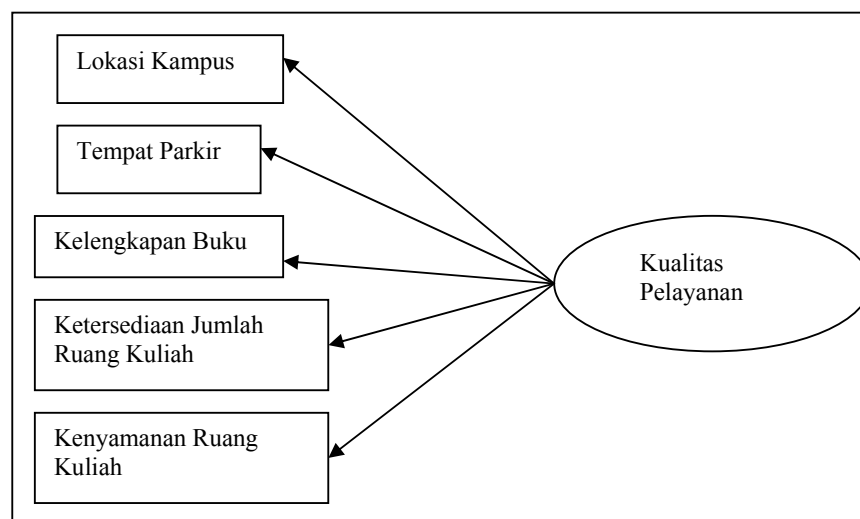
Pada penelitian ini terdapat 4 variabel yang akan diukur. Untuk menjelaskan variabel-variabel tersebut, maka diperlukan definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Adapun variabel-variabel tersebut adalah:

**2.5.1 Pembelajaran** atau Proses Belajar Mengajar secara teknis adalah interaksi secara aktif antara tenaga pengajar dan mahasiswa, dimana tenaga pengajar mengelola sumber-sumber belajar (termasuk dirinya sendiri) guna memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa (Suryabrata, 1989 dalam Widyartini, 2002). **Indikator yang digunakan** adalah pengetahuan, antusiasme, media belajar (LCD, Slide, OHP), komunikasi, dan bimbingan kesulitan belajar mahasiswa.



Sumber: Michael Guolla ( 1999)

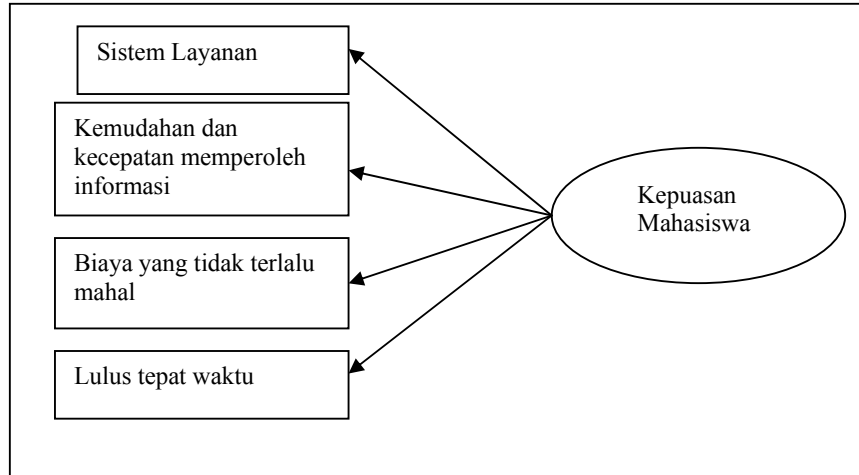
**2.5.2 Kualitas Pelayanan** didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988: p.3). **Indikator yang digunakan** adalah lokasi kampus, tempat parkir yang luas, kelengkapan buku di perpustakaan, ketersediaan jumlah ruang kuliah yang memadai, dan kenyamanan ruang kuliah.



Sumber: Lili Adi Wibowo (2007)

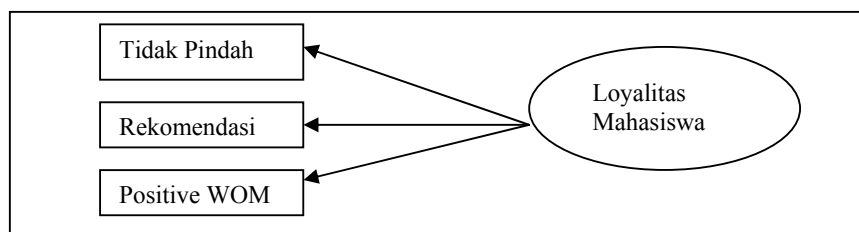
**2.5.3 Kepuasan Konsumen (Mahasiswa)** merupakan keputusan evaluatif pasca konsumsi berkenaan dengan suatu produk atau jasa khusus (Gundersen, et all, 1996). **Indikator yang digunakan** adalah sistem layanan yang baik, kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi, biaya yang tidak terlalu mahal, dan lulus tepat waktu.





Sumber: Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006)

**2.5.4 Loyalitas Konsumen (Mahasiswa)** secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu perilaku pembelian pengulangan yang telah menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihan konsumen terhadap obyek tertentu, dan bercirikan dengan ketiadaan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif (Engel, Blackwell, dan Miniard, 1995: p.144). **Indikator yang digunakan** adalah tidak berpindahnya mahasiswa ke universitas lain, rekomendasi, dan *positive word of mouth*.



Sumber: Dyah Sugandini (2003)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 JENIS DAN SUMBER DATA**

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah jenis data kualitatif empiris yang didapat langsung dari penyebaran kuesioner. Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder, yang berupa data fluktuasi jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun di Undaris Ungaran. Terdapat 17 butir pernyataan yang ditujukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa pada Undaris Ungaran.

#### **3.2 POPULASI DAN SAMPEL**

##### **3.2.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 1999: p.72). Pada penelitian ini yang menjadi populasi adalah mahasiswa yang menggunakan jasa Undaris Ungaran mulai tahun akademik 2004/2005 sampai dengan tahun akademik 2008/2009.

### **3.2.2 Sampel Penelitian**

Karena jumlah mahasiswa Undaris Ungaran cukup banyak, maka peneliti tidak akan menjadikan seluruh mahasiswa tersebut sebagai subyek penelitian, akan tetapi mengambil sebagian dari populasi sebagai subyek penelitian (Arikunto, 1998, hal 124).

Karena jumlah mahasiswa yang menggunakan jasa Undaris Ungaran mulai tahun akademik 2004/2005 sampai dengan tahun akademik 2008/2009 yaitu sejumlah 1144 mahasiswa, maka sampel yang diambil ditetapkan sejumlah 150 mahasiswa, karena ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter (Hair, et, all, 1995 dalam Ferdinand, 2005). Dalam penelitian ini digunakan 17 butir pernyataan, jadi jumlah sampel minimum adalah 85 responden (Hair, et, all, 1995).

Adapun dalam penyebaran kuesioner, penulis menyebar 170 kuesioner, dan jumlah kuesioner yang kembali adalah 150 kuesioner. Jumlah itulah yang kemudian penulis gunakan sebagai sampel penelitian.

### **3.2.3 Metode Pengambilan Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 1999, hal 73). Dalam penelitian ini digunakan sampel purposive (*Purposive Sampling*),

yaitu sampling yang dilakukan dengan mengambil orang-orang yang terpilih menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh sampel itu.

Penulis menggunakan sampel *purposive* karena penulis menggunakan mahasiswa dengan kriteria tertentu untuk menjadi sampel. Adapun kriteria tersebut adalah mahasiswa yang minimal sudah berada pada semester 5, dan mahasiswa tersebut berusia antara 20 tahun sampai dengan 45 tahun.

### **3.3 METODE PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab di bawah pengawasan peneliti. Responden akan diminta untuk memberi jawaban yang berupa kuesioner dalam bentuk skala 1-7 dengan kategori jawaban sangat tidak setuju (STS) sampai dengan sangat setuju (SS).

### **3.4 METODE ANALISIS DATA**

Menurut Singarimbun (1989, 263) analisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Dalam proses ini seringkali digunakan statistik. Salah satu fungsi pokok statistik adalah menyederhanakan data penelitian yang amat besar jumlahnya menjadi informasi yang lebih sederhana dan lebih mudah

untuk dipahami. Adapun analisa data yang digunakan oleh penulis adalah *Structural Equation Model* (SEM).

Menurut Ferdinand (2005, 56), sebuah pemodelan SEM yang lengkap pada dasarnya terdiri dari *Measurement Model* dan *Structural Model*. *Measurement Model* atau model pengukuran ditujukan untuk mengkonfirmasi sebuah dimensi atau faktor berdasarkan indikator-indikator empirisnya. *Structural Model* adalah model mengenai struktur hubungan yang membentuk atau menjelaskan kausalitas antara faktor. Untuk membuat pemodelan yang lengkap beberapa langkah berikut ini perlu dilakukan:

1. Pengembangan model berbasis teori.

Langkah pertama dalam pengembangan model SEM adalah pencarian atau pengembangan sebuah model yang mempunyai justifikasi teoretis yang kuat. Setelah itu, model tersebut divalidasi secara empirik melalui komputasi program SEM.

2. Pengembangan diagram alur untuk menunjukkan hubungan kausalitas.

Di dalam pemodelan SEM, peneliti biasanya bekerja dengan “*construct*” atau “faktor” yaitu konsep-konsep yang memiliki pijakan teoretis yang cukup untuk menjelaskan berbagai bentuk hubungan. Konstruksi-konstruksi yang dibangun dalam diagram alur diatas, dapat dibedakan dalam dua kelompok konstruksi yaitu konstruksi eksogen dan konstruksi endogen. Konstruksi eksogen dikenal juga sebagai *source variables*” atau “*independent variables*” yang tidak diprediksi oleh variabel yang lain dalam model. Konstruksi endogen adalah faktor-faktor

yang diprediksi oleh satu atau beberapa konstruk. Konstruk endogen dapat memprediksi satu atau beberapa konstruk endogen lainnya, tetapi konstruk eksogen hanya dapat berhubungan kausal dengan konstruk endogen.

3. Konversi diagram alur ke dalam serangkaian persamaan struktural dan spesifikasi model pengukuran.

Setelah teori/model teoretis dikembangkan dan digambarkan dalam sebuah diagram alur, yang kemudian dilanjutkan dengan mengkonversi spesifikasi model tersebut ke dalam rangkaian persamaan.

Persamaan yang dibangun akan terdiri dari:

- a. Persamaan-persamaan struktural (*structural equations model*).

$$KM = \beta_1 Pb + \beta_2 KP + \delta_1$$

$$LM = \beta_1 Pb + \beta_2 KP + \gamma_1 KM + \delta_1$$

Keterangan:

LM = Loyalitas Mahasiswa

Pb = Pembelajaran

KP = Kualitas Pelayanan

KM = Kepuasan Mahasiswa

- b. Persamaan spesifikasi model pengukuran (*measurement model*).

Pada spesifikasi model pengukuran (*measurement model*), peneliti menentukan variabel mana mengukur konstruk mana, serta menentukan serangkaian matriks yang menunjukkan korelasi yang dihipotesakan antar konstruk atau variabel.

4. Pemilihan matriks input dan teknik estimasi atas model yang dibangun.

Perbedaan SEM dengan teknik-teknik multivariat lainnya adalah dalam input data yang digunakan dalam pemodelan dan estimasinya.

SEM hanya menggunakan matriks Varians / Kovarians atau matriks

korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya.

Observasi individual tentu saja digunakan dalam program ini, tetapi input-input itu akan segera dikonversi ke dalam bentuk matriks kovarians atau matriks korelasi sebelum estimasi dilakukan. Hal ini karena fokus SEM bukanlah pada data individual tetapi pada pola hubungan antar responden.

#### Ukuran Sampel

Walaupun disampaikan diatas bahwa observasi individual tidak menjadi input analisis, tetapi ukuran sampel memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil-hasil SEM. Hair dkk menyarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 observasi untuk setiap estimated parameter (Ferdinand, 2005, 74).

#### 5. Menilai problem identifikasi.

Problem identifikasi pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik.

#### 6. Evaluasi model.

Pada langkah ini kesesuaian model dievaluasi, melalui telaah berbagai kriteria goodness-of-fit. Untuk itu tindakan pertama yang dilakukan adalah mengevaluasi apakah data yang digunakan dapat memenuhi asumsi-asumsi SEM.

### Asumsi-Asumsi SEM:

a. Ukuran Sampel yang harus dipenuhi dalam pemodelan ini adalah minimum berjumlah 100 dan selanjutnya menggunakan perbandingan 5 observasi untuk setiap estimated parameter.

b. Normalitas dan Linearitas

Sebaran data harus dianalisis untuk melihat apakah asumsi normalitas dipenuhi sehingga data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM ini. Normalitas dapat diuji dengan melihat gambar histogram data atau dengan metode-metode statistik. Uji normalitas ini perlu dilakukan baik untuk normalitas terhadap data tunggal maupun normalitas multivariat dimana beberapa variabel digunakan sekaligus dalam analisis akhir. Uji linearitas dapat dilakukan dengan mengamati *scatterplots* dari data yaitu dengan memilih pasangan data dan dilihat pola penyebarannya untuk menduga ada tidaknya linearitas.

c. *Outliers*

*Outliers* adalah observasi yang muncul dengan nilai-nilai ekstrim baik secara univariat maupun multivariat yaitu yang muncul karena kombinasi karakteristik unik yang dimilikinya dan terlihat sangat jauh berbeda dari observasi-observasi lainnya.

d. *Multicollinearity* dan *Singularity*

Multikolinearitas dapat dideteksi dari determinan matriks kovarians. Nilai determinan matriks kovarians yang sangat kecil



(*extremely small*) memberi indikasi adanya problem multikolinearitas dan singularitas.

Setelah asumsi-asumsi SEM dilihat, hal berikutnya adalah menentukan kriteria yang akan kita gunakan untuk mengevaluasi model dan pengaruh-pengaruh yang ditampilkan dalam model, melalui uji kesesuaian dan uji statistik, serta uji reliabilitas.

#### 7. Interpretasi dan Modifikasi model.

Langkah terakhir adalah menginterpretasikan model dan memodifikasi model bagi model-model yang tidak memenuhi syarat pengujian yang dilakukan. Setelah model diestimasi, residualnya haruslah kecil atau mendekati nol dan distribusi frekwensi dari kovarians residual harus bersifat simetrik (Tabachnick dan Fidell, 1996).

Dalam konteks SEM, residual yang dimaksud bukanlah residual dari score seperti pada pemodelan multivariat lainnya, melainkan merupakan residual dari kovarians. Distribusi frekwensi dari residual yang tidak simetris merupakan signal atas sebuah model yang kurang baik – *a poorly fitting model* – dan menunjukkan bahwa dalam proses estimasi, model telah mengestimasi beberapa kovarians secara memuaskan tetapi kovarians yang lainnya kurang begitu baik diestimasi.

Hair, et, all, 1995 memberikan sebuah pedoman untuk mempertimbangkan perlu tidaknya modifikasi sebuah model yaitu dengan melihat jumlah residual yang dihasilkan oleh model. Batas keamanan untuk jumlah residual adalah 5%. Bila jumlah residual lebih

besar dari 5% dari semua residual kovarians yang dihasilkan oleh model, maka sebuah modifikasi mulai perlu dipertimbangkan. Selanjutnya bila ditemukan bahwa nilai residual yang dihasilkan oleh model itu cukup besar ( $>2.58$ ), maka cara lain dalam memodifikasi adalah dengan mempertimbangkan untuk menambah sebuah alur baru terhadap model yang diestimasi itu.

Salah satu alat untuk menilai ketepatan sebuah model yang telah dispesifikasi adalah melalui *modification index*, yang telah dikalkulasi oleh program untuk masing-masing hubungan antar variabel yang tidak diestimasi. Index modifikasi memberikan gambaran mengenai mengecilnya nilai chi-square atau pengurangan nilai chi-square bila sebuah koefisien diestimasi.

Sebuah index modifikasi sebesar 4.0 (Arbuckle and Wothke, 1999, Hair, et, all, 1995) atau bahkan lebih besar dari itu memberikan indikasi bahwa bila koefisien itu diestimasi, maka akan terjadi pengecilan nilai chi-square yang signifikan.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Dalam bab ini akan disajikan gambaran umum obyek penelitian, proses dan analisis data serta pengujian hipotesis yang kemudian diakhiri dengan kesimpulan. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Confirmatory Faktor Analysis* dan full model dari *Structural Equation Model* (SEM) yang menjadi tahapan berikutnya sebagai hasil akhir pengolahan data dalam penelitian.

Dua alat analisis diatas merupakan kelanjutan rangkaian tujuh tahapan yang digunakan dalam penelitian ini, seperti pada bab-bab sebelumnya. Tahapan pembentukan persamaan struktural dan model pengukuran telah tertuang dalam bab metode penelitian. Pada bab ini teknik *Confirmatory Faktor Analysis* menjadi awal pokok bahasan yang seterusnya hingga analisis hipotesis penelitian.

#### **4.1 Data dan Deskriptif Responden**

Data deskriptif ini menggambarkan berbagai kondisi responden yang ditampilkan secara statistik dan memberikan informasi secara sederhana tentang keadaan responden yang dijadikan obyek penelitian. Pada penelitian ini responden digambarkan berdasarkan fakultas, usia, dan jenis kelamin.

Adapun data deskripsi identitas responden yang digambarkan berdasarkan fakultas, usia, dan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 berikut ini:

**Tabel 4.1**  
**Identitas Responden**  
**menurut hubungan antara Fakultas dengan Jenis Kelamin**

<b>Fakultas</b>	<b>L</b>	<b>P</b>	<b><math>\Sigma</math></b>	<b>%</b>
<b>Ekonomi</b>	10	33	43	28.67
<b>Hukum</b>	31	26	57	38.00
<b>Agama Islam</b>	16	34	50	33.33
<b><math>\Sigma</math></b>	57	93	<b>150</b>	100
<b>%</b>	38	62	100	100

Sumber : Diolah dari data primer

**Tabel 4.2**  
**Identitas Responden**  
**menurut hubungan antara Usia dengan Jenis Kelamin**

<b>Usia</b>	<b>L</b>	<b>P</b>	<b><math>\Sigma</math></b>	<b>%</b>
<b>20 – 26</b>	12	14	26	17.33
<b>27 – 33</b>	24	26	50	33.33
<b>34 – 40</b>	15	39	54	36.00
<b>41 – 45</b>	6	14	20	13.33
<b><math>\Sigma</math></b>	57	93	<b>150</b>	100
<b>%</b>	38	62	100	100

Sumber : Diolah dari data primer

## **4.2. Proses dan Hasil Analisis Data**

### **4.2.1 Proses Analisis Data**

Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) yang terdiri dari tujuh tahap yaitu :

1. Pengembangan model yang berdasarkan teori

Model teoritis dalam penelitian tersebut telah digambarkan pada gambar 2.1 pada bab II, model penelitian ini terdiri dari 17 indikator untuk menguji adanya hubungan kausalitas antara variabel pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa.

2. Pengembangan diagram alur path (*path diagram*)

Diagram alur untuk pengujian model penelitian telah digambarkan pada gambar 4.3, pada bab IV yang dibuat berdasarkan kerangka pemikiran teoritis pada gambar 2.1 pada bab II.

3. Konversi diagram alur ke dalam persamaan

Persamaan untuk model penelitian telah dibuat seperti yang telah dijelaskan pada bab III.

4. Memilih matriks input dan estimasi model

Input data yang digunakan dalam penelitian ini adalah matrik varians/kovarians atau matriks korelasi untuk keseluruhan estimasi. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden atau mahasiswa pada Undaris Ungaran program studi

fakultas ekonomi, hukum, dan agama islam. Program komputer yang digunakan adalah AMOS 4.0 dengan *maximum likelihood estimation*.

5. Menganalisis apakah model dapat diidentifikasi

Problem identifikasi model pada prinsipnya adalah problem mengenai ketidakmampuan model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik, gejala-gejala problem identifikasi antara lain :

- *Standard error* pada satu atau beberapa koefisien sangat besar
- Muncul angka-angka yang aneh seperti varians *error* negatif
- Muncul korelasi yang sangat tinggi antar koefisien estimasi (>0,90)

6. Evaluasi kriteria *goodness of fit*

Pengujian kesesuaian model dilakukan melalui telaah terhadap *criteria goodness of fit index*. Secara singkat kriteria indeks pengujian kelayakan model (*goodness of fit*) adalah seperti tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Indek pengujian kelayakan model**

<b>Goodness-Of-Fit Index</b>	<b>Cut-off Value</b>
Chi-Square	141,030 $X^2$ dg df=115
Probabilitas	$\geq 0,05$
GFI	$\geq 0,90$
AGFI	$\geq 0,90$
TLI	$\geq 0,95$
CFI	$\geq 0,95$
RMSEA	$\leq 0,08$
CMIN/DF	$\leq 2,00$

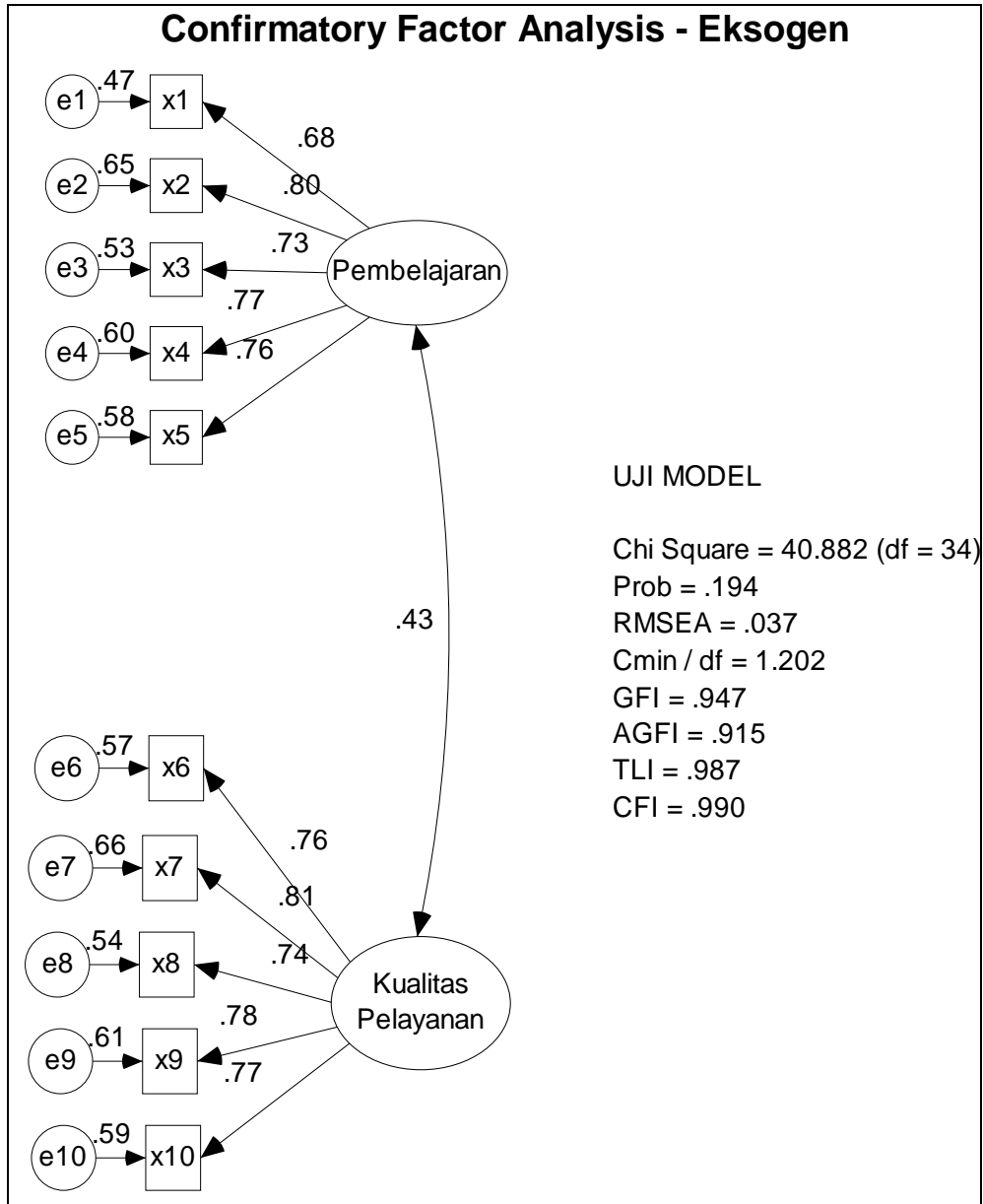
#### 7. Interpretasi dan modifikasi model

Pada tahap terakhir ini akan dilakukan interpretasi model dan memodifikasi model yang tidak memenuhi syarat pengujian.

#### **4.2.2 Analisis Faktor Konfirmatori ( *Confirmatory Factor Analysis* )**

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori meliputi dimensi-dimensi Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan, hasil analisis ini dapat dilihat pada gambar 4.1 dan tabel 4.4.

Gambar 4.1





**Tabel 4.4**  
**Tabel Indeks Kesesuaian Model Eksogen**

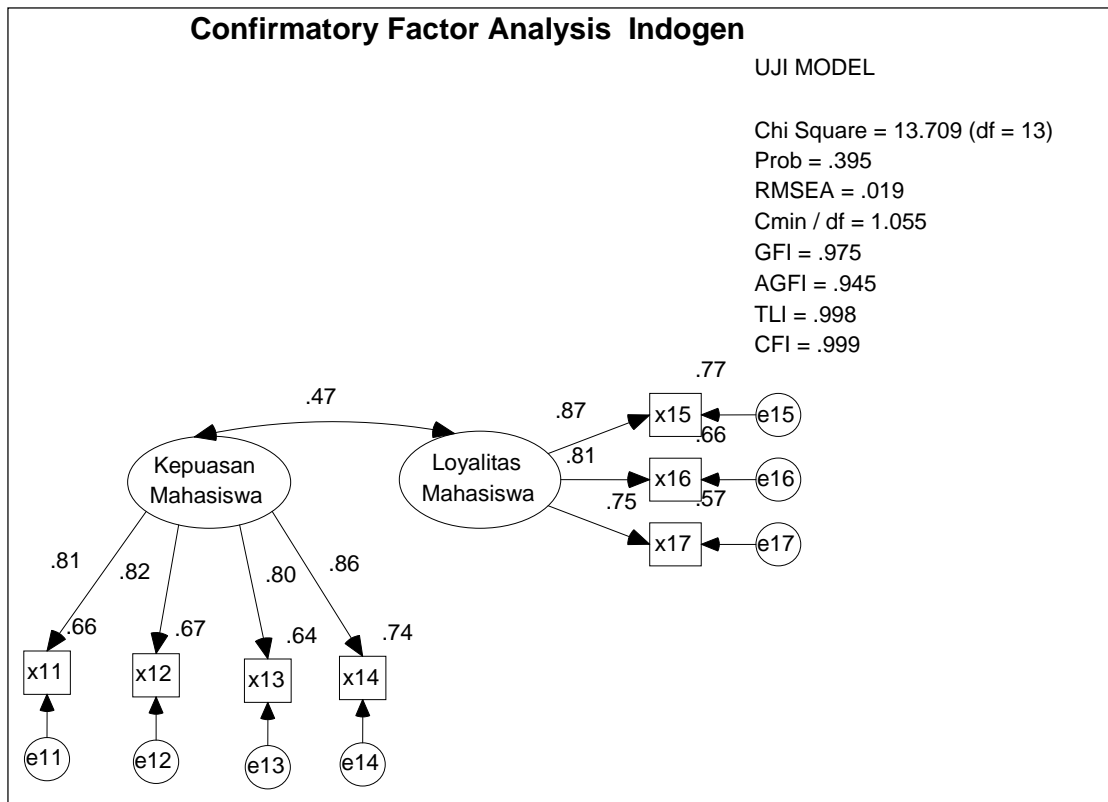
<b>Goodness-Of-Fit Index</b>	<b>Cut-off Value</b>	<b>Hasil model</b>	<b>Keterangan</b>
Chi-Square	48,602 X <sup>2</sup> dg df=34	40,882	Baik
Probabilitas	≥ 0,05	0.194	Baik
GFI	≥0,90	0.947	Baik
AGFI	≥0,90	0.915	Baik
TLI	≥0,95	0.987	Baik
CFI	≥0,95	0.990	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0.037	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1.202	Baik

**Tabel 4.5**  
**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

	<b>Estimate</b>	<b>S.E.</b>	<b>C.R.</b>	<b>P Label</b>
x5 <--- Pembelajaran	1.000			
x4 <--- Pembelajaran	1.132	.123	9.222	***
x3 <--- Pembelajaran	.985	.114	8.650	***
x2 <--- Pembelajaran	1.215	.127	9.604	***
x1 <--- Pembelajaran	.924	.114	8.104	***
x8 <--- Kualitas_Pelayanan	1.000			
x7 <--- Kualitas_Pelayanan	1.142	.120	9.489	***
x6 <--- Kualitas_Pelayanan	1.092	.123	8.869	***
x9 <--- Kualitas_Pelayanan	.993	.109	9.109	***
x10 <--- Kualitas_Pelayanan	1.034	.115	8.977	***

Model pengukuran untuk analisis faktor konfirmatori meliputi dimensi-dimensi Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa, hasil analisis ini dapat dilihat pada gambar 4.2 dan tabel 4.6

Gambar 4.2



**Tabel 4.6**  
**Tabel Indeks Kesesuaian Model Analisis Indogen**

Goodness-Of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	22.362 X <sup>2</sup> dg df=13	13.709	Baik
Probabilitas	≥ 0,05	0.395	Baik
GFI	≥ 0,90	0.975	Baik
AGFI	≥ 0,90	0.945	Baik
TLI	≥ 0,95	0.998	Baik
CFI	≥ 0,95	0.999	Baik
RMSEA	≤ 0,08	0.019	Baik
CMIN/DF	≤ 2,00	1.055	Baik

**Tabel 4.7**  
**Regression Weights: (Group number 1 - Default model)**

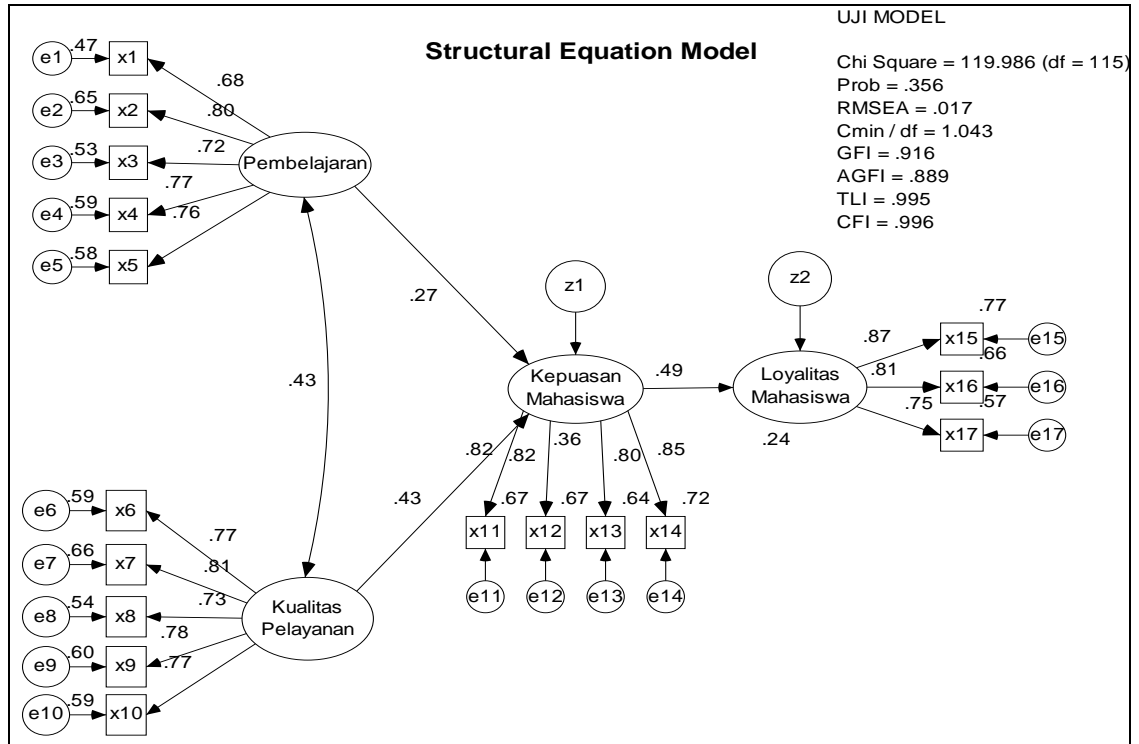
	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
x14 <--- Kepuasan_Mahasiswa	1.000			
x13 <--- Kepuasan_Mahasiswa	1.069	.093	11.437	***
x12 <--- Kepuasan_Mahasiswa	.946	.080	11.798	***
x11 <--- Kepuasan_Mahasiswa	1.005	.086	11.712	***
x15 <--- Loyalitas_Mahasiswa	1.000			
x16 <--- Loyalitas_Mahasiswa	.964	.092	10.512	***
x17 <--- Loyalitas_Mahasiswa	.918	.093	9.816	***

#### 4.2.3 Structural Equation Modelling ( SEM )

Setelah model dianalisis melalui faktor konfirmatori maka masing-masing indikator dalam model fit tersebut dapat digunakan untuk mendefinisikan *construct* laten, sehingga full model SEM dapat dianalisis . Hasil pengolahannya dapat dilihat pada gambar 4.3 dan tabel 4.8

**Gambar 4.3**

**Full Model**



**Tabel 4.8**  
**Tabel Indeks Kesesuaian Model Penuh**

Goodness-Of-Fit Index	Cut-off Value	Hasil model	Keterangan
Chi-Square	141.030 $X^2$ dg df=115	119.986	Baik
Probabilitas	$\geq 0,05$	0.356	Baik
GFI	$\geq 0,90$	0.916	Baik
AGFI	$\geq 0,90$	0.889	Marjinal
TLI	$\geq 0,95$	0.995	Baik
CFI	$\geq 0,95$	0.996	Baik
RMSEA	$\leq 0,08$	0.017	Baik
CMIN/DF	$\leq 2,00$	1.043	Baik

**Tabel 4.9**  
**Regression Weights pada Model Penuh**

		Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Kepuasan_Mahasiswa	<--- Pembelajaran	.313	.107	2.928	.003
Kepuasan_Mahasiswa	<--- Kualitas_Pelayanan	.453	.101	4.473	***
Loyalitas_Mahasiswa	<--- Kepuasan_Mahasiswa	.495	.090	5.496	***
x5	<--- Pembelajaran	1.000			
x4	<--- Pembelajaran	1.127	.122	9.245	***
x3	<--- Pembelajaran	.981	.113	8.674	***
x2	<--- Pembelajaran	1.213	.126	9.656	***
x1	<--- Pembelajaran	.924	.113	8.152	***
x8	<--- Kualitas_Pelayanan	1.000			
x7	<--- Kualitas_Pelayanan	1.145	.121	9.456	***
x6	<--- Kualitas_Pelayanan	1.109	.124	8.943	***
x9	<--- Kualitas_Pelayanan	.997	.11	9.087	***
x10	<--- Kualitas_Pelayanan	1.038	.116	8.949	***
x14	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.000			
x13	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.075	.095	11.361	***
x12	<--- Kepuasan_Mahasiswa	.958	.081	11.844	***
x11	<--- Kepuasan_Mahasiswa	1.017	.087	11.735	***
x15	<--- Loyalitas_Mahasiswa	1.000			
x16	<--- Loyalitas_Mahasiswa	0.965	0.091	10.55	***
x17	<--- Loyalitas_Mahasiswa	.918	0.093	9.84	***

#### 4.2.4 Evaluasi Normalitas Data

Asumsi normalitas data harus dipenuhi agar data dapat diolah lebih lanjut untuk pemodelan SEM, *normalitas univariate* dan *multivariate* data yang digunakan dalam analisis ini dapat diuji normalitasnya, seperti yang disajikan dalam tabel 4.10.

**Tabel 4.10**

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
x17	1.000	7.000	.024	.12	-.63	-1.575
x16	1.000	7.000	-.125	-.623	-.341	-0.852
x15	1.000	7.000	.035	.173	-.414	-1.034
x11	1.000	7.000	.172	.861	-.775	-1.937
x12	1.000	7.000	.068	.342	-.552	-1.379
x13	1.000	7.000	-.101	-.505	-.869	-2.173
x14	1.000	7.000	.118	.589	-.377	-.942
x10	1.000	7.000	.194	.968	-.807	-2.018
x9	1.000	7.000	-.071	-.356	-.618	-1.545
x6	1.000	7.000	.132	.658	-.881	-2.202
x7	1.000	7.000	.063	.316	-.967	-2.419
x8	1.000	7.000	.133	.663	-.72	-1.8
x1	1.000	7.000	-.156	-.778	-.497	-1.242
x2	1.000	7.000	-.339	-1.696	-.697	-1.741
x3	1.000	7.000	-.125	-.625	-.588	-1.47
x4	1.000	7.000	-.242	-1.21	-.711	-1.776
x5	1.000	7.000	-.085	-.424	-.395	-.987
Multivariate					8.047	1.939

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan kriteria *critical ratio* sebesar  $\pm 2,58$  pada tingkat signifikan 0,01 (1%) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada data yang menyimpang . Uji Normalitas data untuk setiap indikator terbukti normal

#### 4.2.5 Evaluasi *Outliers*

*Outliers* merupakan observasi atau data yang memiliki karakteristik unik yang terlihat sangat berbeda jauh dari observasi-observasi yang lain dan muncul dalam bentuk nilai ekstrim, baik untuk sebuah variabel tunggal maupun variabel-variabel kombinasi. Adapun

*outliers* dapat dievaluasi dengan dua cara yaitu analisis terhadap *univariate outliers* dan analisis terhadap *multivariate outliers* (Hair, et, all, 1995).

#### **4.2.5.1 Univariate Outliers**

Untuk mengetahui adanya *univariate outliers* dapat dilakukan dengan menentukan nilai ambang batas yang akan dikategorikan sebagai *outliers* dengan cara mengkonversi nilai data penelitian ke dalam *standard score* atau yang biasa disebut *z-score* yang mempunyai nilai rata-rata nol dengan standard deviasi sebesar 1,00. Pengujian *univariate outliers* ini dilakukan per konstruk variabel dengan program SPSS. Observasi data yang memiliki nilai *z-score*  $\geq 3,0$  akan dikategorikan sebagai *outliers* (Hair, et, all, 1995). Hasil pengujian *univariate outliers* pada tabel berikut menunjukkan tidak adanya *univariate outliers*.

**Tabel 4.11**  
**Descriptive Statistics**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Zscore(x1)	150	-2.69597	1.66017	0	1
Zscore(x2)	150	-2.47828	1.42111	-6.46E-16	1
Zscore(x3)	150	-2.73171	1.612	-7.25E-16	1
Zscore(x4)	150	-2.49121	1.52687	0	1
Zscore(x5)	150	-2.80978	1.68188	0	1
Zscore(x6)	150	-1.93317	1.72198	-2.72E-16	1
Zscore(x7)	150	-2.09021	1.65718	0	1
Zscore(x8)	150	-2.08393	1.79917	-1.55E-15	1
Zscore(x9)	150	-2.35788	1.7707	0	1
Zscore(x10)	150	-2.12735	1.78002	0	1
Zscore(x11)	150	-2.28408	1.76252	-1.82E-15	1
Zscore(x12)	150	-2.43395	1.88667	-1.17E-15	1
Zscore(x13)	150	-2.16131	1.57942	-2.85E-15	1
Zscore(x14)	150	-2.42874	1.85727	0	1
Zscore(x15)	150	-2.73383	1.65199	0	1
Zscore(x16)	150	-2.5455	1.67356	-7.53E-17	1
Zscore(x17)	150	-2.44591	1.6687	0	1
Valid N (listwise)	150				

Sumber : data primer yang diolah

#### 4.2.5.2. *Multivariate Outliers*

*Multivariate outliers* perlu dilakukan evaluasi karena walaupun data yang dianalisis menunjukkan tidak ada *outliers* pada tingkat *univariate* akan tetapi observasi-observasi itu dapat menjadi *outliers* bila sudah dikombinasikan. Jarak *Mahalanobis* (*The mahalanobis distance*) untuk tiap-tiap observasi dapat dihitung dan akan menunjukkan jarak sebuah observasi dari rata-rata



semua variabel dalam sebuah ruang multidimensional (Hair, et, all, 1995; Tabachnick & Fidell, 1996). Penelitian ini dikatakan mempunyai *Mahalanobis distance*, jika mempunyai nilai lebih besar dari 40,790 oleh karena itu tidak dideteksi adanya *outlier multivariate*.

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance) (Group number 1)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
57	32.83	.012	.833
121	32.136	.014	.64
136	30.313	.024	.705
70	29.298	.032	.707
107	28.774	.037	.647
119	28.653	.038	.504
20	28.449	.04	.393
50	28.192	.043	.313
5	27.237	.055	.437
105	27.123	.056	.337
4	26.642	.064	.356
150	26.34	.068	.332

#### **4.2.6 Evaluasi atas *Multicollinearity* dan *Singularity***

Untuk mengetahui apakah pada data penelitian terdapat multikolinieritas (*multicollinearity*) atau singularitas (*singularity*) dalam kombinasi-kombinasi variabel, maka yang perlu diamati adalah determinan dari matrik kovarians sampelnya. Determinan yang kecil atau mendekati nol mengindikasikan adanya multikolinieritas atau singularitas, sehingga data itu tidak dapat digunakan untuk penelitian (Tabachnick dan Fidell, 1996).

Pada penelitian ini nilai determinan dari matriks kovarians sampelnya adalah sebesar 32.831 dan angka tersebut jauh dari nol, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas atau singularitas dalam data ini dengan demikian data ini layak digunakan.

#### **4.2.7 Pengujian terhadap Nilai Residual**

Pengujian terhadap nilai residual mengindikasikan bahwa secara signifikan model yang sudah dimodifikasi tersebut dapat diterima dan nilai residual yang ditetapkan adalah  $\pm 2,58$ . Adapun standard residual yang diolah dengan menggunakan program AMOS dapat dilihat dalam lampiran , jadi kesimpulannya bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterima secara signifikan karena nilai residualnya  $\leq \pm 2,58$  (Hair, et, all, 1995).

**Standardized Residual Covariances (Group number 1 - Default model)**

	x17	x16	x15	x11	x12	x13	x14	x10	x9	x6	x7	x8	x1	x2	x3	x4	x5
x17	0																
x16	0.1	0															
x15	0	0.1	0														
x11	0.7	0.6	0.5	0													
x12	0.5	0.3	0.2	0.4	0												
x13	0.9	0.5	0.1	0.2	0.2	0											
x14	0.3	0.1	0.5	0.1	0.2	0.4	0										
x10	1	1.2	1.5	0.1	0	0.3	-1	0									
x9	0.9	1	1.7	0.3	0.6	0.6	0.3	0.6	0								
x6	1.2	1.1	1.5	1.5	0.6	0.3	0.1	0.6	0.2	0							
x7	0.8	1	1.5	0.2	0.2	0.4	0.2	0.1	0.4	0.4	0						
x8	0.8	0.2	0.7	0.4	0.5	0.2	0.7	0.1	0.3	0.1	0.2	0					
x1	2.9	2.8	2.2	0.4	0	-0	0.1	0.5	0.3	0.8	-0	0.9	0				
x2	2.5	1.8	1.1	0.2	0.5	0.3	0.5	0.7	0.8	0.1	0.3	0.1	0.1	0			
x3	2.7	1.9	1.6	0.6	0.2	0.4	0.3	0.7	0.1	0.5	0.5	1	0.4	0.5	0		
x4	1.5	1.8	0.8	0.8	0.5	0.4	0.4	1.1	0.4	0.6	0.2	0.6	0.2	-0	0.3	0	
x5	2.4	2.6	1.5	0.3	0.4	0.4	0.4	0.6	0.8	0.7	0.6	0.8	0.1	0.2	0.7	0.7	0

## 4.2.8 Uji Reliability dan Variance Extract

### 4.2.8.1 Uji Reliability

Uji reliabilitas (*reliability*) adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Uji reliabilitas dalam SEM dapat diperoleh melalui rumus sebagai berikut ( Hair, et, all, 1995 ) ;

$$\text{Construct-Reliability} = \frac{(\sum \text{Std. Loading})^2}{(\sum \text{Std. Loading})^2 + \sum \epsilon^2}$$

#### Keterangan :

- Standard loading didapat dari *standardized* loading untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\sum \epsilon^2$  adalah *measurement error* dari tiap indikator, *measurement error* dapat diperoleh dari 1- reliabilitas indikator, tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah  $\geq 0,7$  .

#### Hasil standard loading data :

Pembelajaran	= 0,684 + 0,804 + 0,725 + 0,77 + 0,764 = <b>3,747</b>
Kualitas Pelayanan	= 0,765 + 0,810 + 0,733 + 0,778 + 0,766 = <b>3,852</b>
Kepuasan Mahasiswa	= 0,815 + 0,821 + 0,797 + 0,849 = <b>3,282</b>
Loyalitas Mahasiswa	= 0,841 + 0,806 + 0,741 = <b>2,388</b>

#### Hasil measurement error data :

Pembelajaran	= 0,532 + 0,354 + 0,474 + 0,407 + 0,416 = <b>2,184</b>
Kualitas Pelayanan	= 0,415 + 0,344 + 0,463 + 0,395 + 0,413 = <b>2,029</b>
Kepuasan Mahasiswa	= 0,336 + 0,326 + 0,365 + 0,279 = <b>1,306</b>
Loyalitas Mahasiswa	= 0,293 + 0,350 + 0,451 = <b>1,094</b>

Perhitungan reliabilitas data :

$$\begin{aligned} \text{Pembelajaran} &= (3,747)^2 / ((3,747)^2 + 2,184) = \mathbf{0,865} \\ \text{Kualitas Pelayanan} &= (3,852)^2 / ((3,852)^2 + 2,029) = \mathbf{0,880} \\ \text{Kepuasan Mahasiswa} &= (3,282)^2 / ((3,282)^2 + 1,306) = \mathbf{0,888} \\ \text{Loyalitas Mahasiswa} &= (2,388)^2 / ((2,388)^2 + 1,094) = \mathbf{0,839} \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil pengukuran reliabilitas data diperoleh nilai reliabilitas data dalam penelitian ini memiliki nilai  $\geq 0.70$  , dengan demikian penelitian ini dapat diterima.

**4.2.8.2 Variance Extract**

Pada prinsipnya pengukuran *variance extract* menunjukkan jumlah varians dari indikator yang diekstraksi oleh konstruk laten yang dikembangkan . Nilai *variance extracted* yang dapat diterima adalah  $\geq 0.50$  Rumus yang digunakan adalah (Hair, et, all, 1995):

$$\begin{aligned} \text{Variance Extract} &= \frac{\sum (\text{Std. Loading})^2}{\sum (\text{Std. Loading})^2 + \sum \epsilon^2} \end{aligned}$$

Keterangan:

- *Standard loading* didapat dari *standardized loading* untuk tiap-tiap indikator yang didapat dari hasil perhitungan komputer.
- $\epsilon^2$  adalah *measurement error* dari tiap indikator.

Hasil square standardized loading data:

Pembelajaran	= 0,468 + 0,646 + 0,526 + 0,593 + 0,584 = <b>2,816</b>
Kualitas Pelayanan	= 0,585 + 0,656 + 0,537 + 0,605 + 0,587 = <b>2,971</b>
Kepuasan Mahasiswa	= 0,664 + 0,674 + 0,635 + 0,721 = <b>2,694</b>
Loyalitas Mahasiswa	= 0,707 + 0,650 + 0,549 = <b>1,906</b>

Perhitungan Variance Extract data:

Pembelajaran	= 2,816 / (2,816 + 2,184) = <b>0,563</b>
Kualitas Pelayanan	= 2,971 / (2,971 + 2,029) = <b>0,594</b>
Kepuasan Mahasiswa	= 2,694 / (2,697 + 1,306) = <b>0,674</b>
Loyalitas Mahasiswa	= 1,906 / (1,906 + 1,094) = <b>0,686</b>

Hasil pengukuran *variance extract* dapat diterima karena memenuhi persyaratan yaitu  $\geq 0.50$ , sehingga *construct-construct* dalam penelitian ini dapat diterima.

Jadi hasil keseluruhan perhitungan uji reliabilitas dan *variance extract* data penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.12**  
**Hasil Perhitungan Reliability dan Variance Extract**

<b>Variabel</b>	<b>Reliability</b>	<b>Variance Extract</b>
Pembelajaran	0,865	0,563
Kualitas Pelayanan	0,880	0,594
Kepuasan Mahasiswa	0,888	0,674
Loyalitas Mahasiswa	0,839	0,686

Dari hasil perhitungan reliabilitas dan *variance extract* diatas tampak bahwa penelitian ini dapat diterima karena keduanya memenuhi persyaratan.

### 4.3 Pengujian Hipotesis

Dari hasil perhitungan melalui analisis faktor konfirmatori dan *structural equation model* maka model dalam penelitian ini dapat diterima, hasil telah memenuhi *criteria goodness of fit*; chi square = 119,986; probabilitas = 0,356; RMSEA = 0,017; CMIN/DF = 1,043; GFI = 0,916; AGFI = 0,889; TLI = 0,995; CFI = 0,996; seperti tercantum dalam gambar 4.3. Selanjutnya berdasarkan model fit ini akan dilakukan pengujian kepada tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

#### 4.3.1 Pengujian Hipotesis I

*H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Pembelajaran terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa.*

Parameter estimasi antara variabel Pembelajaran terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai CR=2,933 ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian hipotesis I dapat diterima artinya variabel Pembelajaran berpengaruh secara positif terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa dalam penelitian ini terbukti secara empiris.

### **4.3.2 Pengujian Hipotesis II**

*H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa*

Parameter estimasi antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai CR= 4,492 ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian hipotesis II dapat diterima artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa dalam penelitian ini terbukti secara empiris.

### **4.3.3 Pengujian Hipotesis III**

*H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Kepuasan Mahasiswa terhadap variabel Loyalitas Mahasiswa*

Parameter estimasi antara variabel Kepuasan Mahasiswa terhadap variabel Loyalitas Mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai CR= 5,432 ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikan sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian hipotesis III dapat diterima artinya variabel Kepuasan Mahasiswa berpengaruh secara positif terhadap variabel Loyalitas Mahasiswa dalam penelitian ini terbukti secara empiris.



**Tabel 4.13**  
**Kesimpulan Hipotesis**

<b>Hipotesis</b>	<b>Hasil Uji</b>
H <sub>1</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Pembelajaran terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa	Diterima
H <sub>2</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa	Diterima
H <sub>3</sub> : Terdapat pengaruh positif antara variabel Kepuasan Mahasiswa terhadap variabel Loyalitas Mahasiswa	Diterima

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

#### **5.1 Pendahuluan**

Penelitian ini berusaha mengungkapkan faktor-faktor yang berkaitan dengan kepuasan mahasiswa Undaris Ungaran yang akan berdampak pada loyalitas mahasiswa. Variabel yang terkait dalam penelitian ini diambil dari beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Sutino dan Sumarno (2005) yang memiliki kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan, dan kepuasan terbukti berpengaruh terhadap loyalitas.

Demikian juga dengan studi yang dilakukan oleh Moureen Margaretha (2004) yang berkesimpulan bahwa kualitas kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan. Reputasi perusahaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Budi Agustiono dan Sumarno (2006) berpendapat serupa dengan Sutino dan Sumarno bahwa ada pengaruh kuat antara kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit St. Elisabeth Semarang. Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Michael Guolla (1999) yang berkesimpulan bahwa pembelajaran berhubungan kuat dengan kepuasan

pelajaran dan antusiasme instruktur berhubungan kuat dengan kepuasan instruktur.

Dari beberapa penelitian di atas, maka penelitian ini berusaha untuk mengintegrasikan pengaruh proses pembelajaran dan kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa yang dikaitkan dengan loyalitas mahasiswa. Berdasarkan telaah pustaka seperti yang telah disusun pada bab II, selanjutnya dilakukan pengembangan model dengan hipotesis penelitian, sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa.
2. Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.
3. Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjawab permasalahan yang dirumuskan tentang bagaimana cara untuk mengatasi adanya indikasi penurunan loyalitas mahasiswa yang terjadi di lingkungan Undaris Ungaran. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling* dimana sampel diambil dengan menetapkan beberapa kriteria yang harus dipenuhi sebagai syarat menjadi sampel dalam penelitian ini. Populasi yang diteliti adalah mahasiswa-mahasiswi Undaris Ungaran yang berjumlah 1144 mahasiswa. Kriteria yang dipakai dalam penelitian ini adalah

mahasiswa yang minimal sudah berada pada semester 4, dan mahasiswa tersebut berusia antara 20 tahun sampai dengan 45 tahun.

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini terkumpul sebanyak 150 mahasiswa, yang terbagi dalam 3 (tiga) fakultas, yaitu Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, dan Fakultas Agama Islam. Teknik analisis data yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier bertingkat dengan menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) dari paket software statistik AMOS versi 4.0.

Adapun hasil dari penelitian ini seperti yang telah dipaparkan pada Bab IV adalah sebagai berikut: indeks-indeks kesesuaian model seperti  $X^2$  – chi square (119.986), Probability (0.356), RMSEA (0.017), CMIN / DF (1.043), GFI (0.916), AGFI (0.889), TLI (0.995), dan CFI (0.996) memberikan konfirmasi yang cukup bahwa model penelitian ini dapat diterima.

## **5.2 Kesimpulan Mengenai Hipotesis dan Masalah Penelitian**

Berdasarkan hasil analisis seperti yang telah dijelaskan pada Bab IV, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

### **5.2.1 Kesimpulan Mengenai Hipotesis**

Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) hipotesis. Adapun kesimpulan penelitian terhadap ke 3 (tiga) hipotesis ini diuraikan sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa**

Dari hasil pengujian terhadap hipotesis I menunjukkan bahwa parameter estimasi antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR = 2,933$  ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian berarti hipotesis I menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

**H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa**

Dari hasil pengujian terhadap hipotesis II menunjukkan bahwa parameter estimasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR = 4,492$  ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian berarti hipotesis II menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

### **H3: Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa**

Dari hasil pengujian terhadap hipotesis III menunjukkan bahwa parameter estimasi antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa menunjukkan hasil yang positif signifikan dengan nilai  $CR = 5,432$  ;  $CR \geq 1,96$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 (5%). Dengan demikian berarti hipotesis III menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

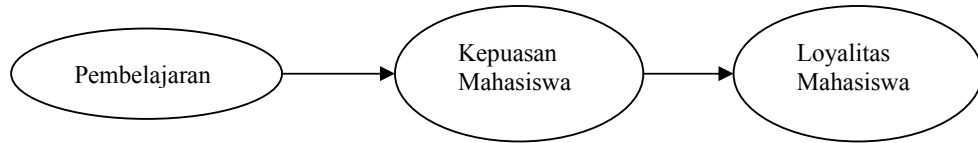
#### **5.2.2 Kesimpulan Masalah Penelitian**

Kesimpulan masalah penelitian digunakan untuk menjawab pertanyaan masalah yang diajukan dalam penelitian, yaitu: Bagaimana cara untuk mengatasi adanya indikasi penurunan loyalitas mahasiswa yang terjadi di lingkungan Undaris Ungaran?

Dari hasil analisis data dan pengujian hipotesis penelitian di atas, terlihat bahwa:

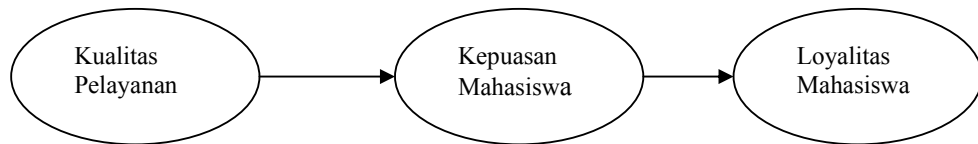
- Loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa.

**Gambar 5.1**  
**Hubungan antara variabel Pembelajaran dengan Loyalitas Mahasiswa**



- Loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.

**Gambar 5.2**  
**Hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Mahasiswa**



Hal ini ditunjukkan oleh nilai CR = 2,933 yang membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa terdapat pengaruh positif. Hasil penelitian ini juga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan dengan nilai CR = 4,492. Sedangkan nilai CR = 5,432 menunjukkan pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa.

### 5.3 Implikasi Teoritis

Dari hasil analisis terlihat bahwa penelitian ini mendukung teori atau hasil penelitian terdahulu yang telah disampaikan pada bagian awal penelitian dan membuktikan hipotesis-hipotesis yang telah diajukan.

Model yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat mempertegas konsep-konsep teoritis dan sekaligus menjadi bukti empiris bagi penelitian terdahulu. Berbagai temuan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya serta berbagai literatur yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yang akan berdampak pada loyalitas konsumen telah diperkuat keberadaannya oleh konsep teoritis dan dukungan empiris mengenai hubungan kausalitas dan variabel-variabel yang mempengaruhi loyalitas konsumen.

Beberapa hal penting yang dapat dijelaskan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh positif antara variabel pembelajaran terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Dengan demikian berarti pembelajaran berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel pembelajaran menggunakan indikator pengetahuan, antusiasme, media belajar, komunikasi, dan bimbingan kesulitan belajar mahasiswa. Hasil dari penelitian ini memperkuat pendapat dari Alma (2005, 100) bahwa semua rantai nilai yang ada dalam lembaga pendidikan, harus menciptakan nilai tambah bagi mahasiswa. Semua personil, serta proses pendidikan sebagai rantai nilai utama harus dapat memberikan kepuasan dalam layanan



kepada para mahasiswa. Hasil dari penelitian ini juga memperkuat penelitian dari Michael Guolla (1999).

2. Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Dengan demikian berarti kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa. Variabel kualitas pelayanan menggunakan indikator lokasi kampus, tempat parkir yang luas, kelengkapan buku di perpustakaan, ketersediaan jumlah ruang kuliah yang memadai, dan kenyamanan ruang kuliah. Hasil dari penelitian ini memperkuat penelitian dari Sutino dan Sumarno (2005), Moureen Margaretha (2004), Budi Agustiono dan Sumarno (2006), Buchari Alma et all (2007), Zurni Zahara Samosir (2005), Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006).
3. Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Dengan demikian berarti kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa. Variabel kepuasan mahasiswa menggunakan indikator penelitian dari Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006). Indikator variabel kepuasan mahasiswa yang digunakan adalah sistem layanan, kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi, biaya yang tidak terlalu mahal, dan lulus tepat waktu. Hasilnya memperkuat penelitian dari Sutino dan Sumarno (2005), Moureen Margaretha (2004), Dyah Sugandini (2003), Budi Agustiono dan Sumarno (2006), Buchari Alma et all (2007). Sedangkan variabel loyalitas

mahasiswa menggunakan indikator tidak berpindahya mahasiswa ke universitas lain, rekomendasi, dan *positive word of mouth*.

#### **5.4 Implikasi Manajerial**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.

Karena loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variabel pembelajaran dan variabel kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa, maka akan dijelaskan indikator masing-masing variabel yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa, yaitu:

- Pembelajaran: Indikator yang digunakan adalah pengetahuan, antusiasme, media belajar, komunikasi, dan bimbingan kesulitan belajar mahasiswa.
- Kualitas Pelayanan: Indikator yang digunakan adalah lokasi kampus, tempat parkir yang luas, kelengkapan buku di perpustakaan, ketersediaan jumlah ruang kuliah, dan kenyamanan ruang kuliah.
- Kepuasan Mahasiswa: Indikator yang digunakan adalah sistem layanan yang baik, kemudahan dan kecepatan memperoleh informasi, biaya yang tidak terlalu mahal, dan lulus tepat waktu.

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa ada pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa yang ditunjukkan dengan nilai CR = 5,432. Hal ini berarti bahwa antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa mempunyai pengaruh yang sangat kuat. Oleh karena itu, berdasar indikator di atas, dapat dikemukakan beberapa implikasi manajerial supaya derajat kepuasan mahasiswa dapat dijaga dan ditingkatkan untuk membangun loyalitas mahasiswa. Jika hal ini tercapai, akhirnya akan ada pengaruh positif pada eksistensi Perguruan Tinggi.

Dalam penelitian ini, kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh variabel pembelajaran dan kualitas pelayanan. Upaya mengoptimalkan peran pembelajaran dan kualitas pelayanan merupakan kunci penting untuk membangun loyalitas mahasiswa. Oleh karena itu, hal-hal yang perlu mendapatkan perhatian antara lain:

- Terhadap Pembelajaran:
  - Mendorong peningkatan kemampuan dan wawasan Dosen, misalnya dengan mendorong Dosen untuk melanjutkan studi, mengirimkan Dosen untuk mengikuti seminar, pelatihan, atau diskusi ilmiah.
  - Menambah media belajar yang ada, sehingga proses pembelajaran tidak membosankan.
  - Menjadikan suasana yang nyaman di kampus, dengan cara menjalin komunikasi yang baik antar personal di kampus.

- Terhadap Kualitas Pelayanan:
  - Menambah jenis dan jumlah buku yang ada di perpustakaan, sehingga mahasiswa menjadi lebih mempunyai banyak wawasan. Hal ini memungkinkan mahasiswa untuk bisa berdiskusi tentang masalah-masalah yang terkait dengan mata kuliah.
  - Menambah jumlah ruang kuliah.
  - Membuat ruang kuliah nyaman mungkin, misalnya dengan memperhatikan tata letak ruang serta pencahayaan yang baik.
- Terhadap Kepuasan Mahasiswa:
  - Membangun sistem layanan yang baik kepada mahasiswa, misalnya mengenai jadwal kuliah dan waktu penyampaian beasiswa.
  - Memberikan kemudahan kepada mahasiswa untuk memperoleh akses informasi tentang segala hal yang terkait dengan Perguruan Tinggi, misalnya dengan membuat *website*.
  - Dosen dan karyawan diharapkan dapat lebih ramah dalam melayani mahasiswa.

## 5.5 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Dalam penelitian ini, indikator variabel kualitas pelayanan hanya menitikberatkan pada penilaian dari sisi *tangible* saja, karena dalam penelitian ini penilaian *emphaty*, *responsibility*, *responsiveness*, dan *assurance* terkait dengan indikator variabel pembelajaran.
- Variabel Pembelajaran hanya menghimpun pendapat dari mahasiswa, karena jika penulis menghimpun pendapat dari dosen dan petugas kampus yang lain dikhawatirkan hasil yang diperoleh tidak valid.

## 5.6 Agenda Penelitian Mendatang

Keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber ide bagi penelitian yang akan datang, misalnya penelitian terhadap Universitas sebaiknya juga dilakukan pada pelayanan Dosen, BAAK, BAUK, dan Pejabat Struktural UNDARIS lainnya. Selain itu dalam penelitian yang akan datang, sebaiknya juga memasukkan variabel lain yang dipandang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mahasiswa, seperti faktor rasio dosen dan mahasiswa (Said dalam Posman Sianturi, 2004), faktor sumber daya manusia, manajemen perguruan tinggi, sarana prasarana belajar mengajar, serta kompetensi dan apresiasi lulusan pada proses edukatif (Rizky Dermawan, 2007).

## DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, Suharsimi, (1998), “Manajemen Penelitian”, Cetakan Keempat, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arbuckle, J. L., and Wothke, W., (1999), “Amos 4.0 User’s Guide: SPSS”, Smallwaters Corporation.
- Alma, Buchari, (2005), “Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan”, Cetakan Kedua, Maret 2005, Alfabeta, Bandung.
- Agustiono, Budi, dan Sumarno, (2006), “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pasien Rawat Inap di Rumah Sakit St. Elisabeth Semarang”, EKSPLANASI, Vol. 1, no. 1, April 2006, p. 1 – 18.
- Alma, Buchari, (2007), “ Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Tinggi”, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 1 – 13.
- Alma Buchari, Rd. Dian H. Utama, Lili Adi Wibowo, (2007), “Analisis Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan Jasa yang Dominan; Kaitannya dengan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kasus Taplus pada PT. Bank BNI Cabang UPI)”, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 138 – 151.
- Bergin, Sarah, (1997), “Communication is the Key to Customer Success”, Transportation and Distribution, March: p.82 – 84.
- Barata, Atep Adya, (2006), “Dasar-Dasar Pelayanan Prima”, Cetakan Ketiga, November 2006, Gramedia, Jakarta.
- Engel, James F., Roger D. Blackwell, dan Paul W. Miniard., (1995), “Perilaku Konsumen”, Edisi Keenam, Jilid II, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, (2005), “Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor”, Edisi 3, April 2005, BP UNDIP.
- Gundersen, M.G., M. Heide, and U.H. Olsson, (1996), “Hotel Guest Satisfaction among Business Travellers”, Cornell H. R. A., Quarterly, 4: p. 72 – 80.
- Guolla, Michael, (1999), “ Assessing the Teaching Quality to Student Satisfaction Relationship: Applied Customer Satisfaction Research in The Classroom”,

- Journal of Marketing Theory and Practice, Summer, 1999; 7, 3; ABI/INFORM Global, University of Ottawa, p. 87 – 96.
- Hair, J.F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., and Black, W. C., (1995), “Multivariate Data Analysis, Fourth Edition, New Jersey: Prentice Hall.
- Kandampully, J and D. Suhartanto, (2000), Customer Loyalty in the Hotel Industry: The Role of Customer Satisfaction and Image, International Journal of Contemporary Hospitality Management, p. 346 – 351.
- Line Lervik Olsen, Michael D. Johnson, (2003), “Service Equity: Satisfaction, and Loyalty: from transaction – specific to cumulative evaluation”, Journal of Service Research, Vol. 5, no. 3.
- Moureen Margaretha, (2004), “Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan pada Divisi Asuransi Kumpulan AJB Bumiputera 1912 (Studi Kasus di Jawa Tengah)”, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. III, no. 3, Desember 2004, p.289 – 308.
- Mushlih, Ahmad, dan Didik Suharsono, (2004), “Pendidikan dan Kemandirian: Studi Terserapnya Alumni Perguruan Tinggi dalam Masyarakat di Kabupaten Ponorogo”, p. 1 – 2.
- Muafi dan Yuni Siswanti, (2007), “Anteseden Ekuitas Merek Perguruan Tinggi: SEM dengan Pendekatan Two Step”, Manajemen Usahawan Indonesia, no. 03, TH XXXVI, Maret, 2007, p. 27 – 34.
- Parasuraman, A., Valerie Zeithaml, and L.Berry, (1988), “Servqual: Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, Journal of Retailing, Vol. 64, p.12 – 36.
- Purnama, Nursya'bani, (2002), “Analisis Kendala-Kendala Potensial Penerapan Total Quality Service pada Perguruan Tinggi”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, Vol. 17, no. 2, 2002, p. 170 – 187.
- Posman Sianturi, (2004), “Mengukur Kualitas Perguruan Tinggi”, Suara Pembaruan Daily, 19 Oktober 2004,
- Reynold, Kristy E and Mark J Arnold, (2000), “Customer Loyalty to the Salesperson and the Store Examining Relationship Customer in an Upscale Retail Context”, Journal of Personal Selling and Sales Management, Vol. 20, no. 2, Spring, p. 89 – 98.
- Rusdarti, (2004), “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BPD Jawa Tengah Cabang Semarang”, Jurnal Bisnis Strategi, Vol. 13/ Juli/ 2004, p. 54 – 65.

- Rizky Dermawan, (2007), “Penerapan Total Quality Management (TQM) di Perguruan Tinggi (Menuju Perguruan Tinggi yang Berkualitas)”, Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis Hasil Penelitian, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 45 – 57.
- Singarimbun, Masri, dan Sofian Effendi, (1989), “Metode Penelitian Survei”, Cetakan Pertama, Januari 1989, LP3ES.
- Simonson, Itamar, (1993), “Get Closer to Your Customers by Understanding How They Make Choices”, *California Management Review (Summer)*: p.68 – 84.
- Suryani, Tatik, (1998), “Nilai Strategik Kesetiaan Pelanggan, Perkembangan Konsep dan Implikasi Manajemen”, *Usahawan* no. 09 Th XXVII, September 1998.
- Storey, Chris and Christopher J. Easingwood, (1998); “The Augmented Service Offering: A Conceptualization and Study of its Impact on New Service Success”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 15 (Abstract).
- Sugiyono, (1999), “Metode Penelitian Bisnis” Cetakan Pertama, Agustus 1999, Alfabeta, Bandung.
- Sugandini, Dyah, (2003), “Anteseden Loyalitas Konsumen pada Industri Perhotelan (Studi pada Hotel Berbintang di Daerah Istimewa Yogyakarta)”, *Wahana*, Vol. 6, no. 2, Agustus 2003, p. 181 – 200.
- Samosir, Zurni Zahara, (2005), “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Menggunakan Perpustakaan USU”, *Pustaka: Jurnal Studi Perpustakaan dan Informasi*, Vol. 1, no. 1, Juni 2005, p. 28 – 36.
- Sutino dan Sumarno, (2005), “Pengaruh Kualitas Produk (Jasa) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di PT.POS Indonesia Semarang 50000”, *Majalah Ilmiah Kopertis Wilayah VI*, Vol. XV no. 23, April/ Mei 2005, p. 9 – 20.
- Sutardji, dan Sri Ismi Maulidiah, (2006), “Analisis Beberapa Faktor yang Berpengaruh pada Kepuasan Pengguna Perpustakaan: Studi Kasus di Perpustakaan Balai Penelitian Tanaman Kacang-Kacangan dan Umbi-Umbian”, *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, Vol. 15, no. 2, 2006, p. 32 – 37.
- Tabachnick, B. G., and Fidell, L. S., (1996), “Using Multivariate Statistics”, Third Edition, New York: Harpoer Collings College Publishers.
- Tjiptono, Fandy (1997), “Strategi Pemasaran”, Edisi II, Andi, Yogyakarta.



- Undang-Undang Nomor 20, (2003), “Sistem Pendidikan Nasional”, Jakarta, BP.CIPTA JAYA.
- Widyaratna, Theresia; Danny; dan Filicia Chandra, (2001), “Analisis Kepuasan dan Loyalitas Konsumen terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris (Studi Kasus pada Ayam Penyet sebagai Menu Unggulan Warung Bu Kris)”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 3, no. 2, September 2001, p. 85 – 95.
- Widyartini, (2002), “Kualitas Pengelolaan Kegiatan Belajar Mengajar, Pengetahuan, Sikap, dan Kognisi Keterampilan Siswa Melakukan Percobaan IPA pada Sekolah Dasar Binaan dan Bukan Binaan di Kota Semarang”, Tesis Pasca Sarjana Program Studi Manajemen Pendidikan, Universitas Negeri Semarang.
- Wibowo, Lili Adi, (2007), “Pengaruh Kualitas Produk, Jasa dan Harga terhadap Kepuasan Pengguna Komputer pada Laboratorium Komputer Perguruan Tinggi di Kota Bandung”, *Bunga Rampai Strategic, Manajemen Bisnis berbasis hasil penelitian*, Cetakan Kesatu, April 2007, Alfabeta, Bandung, p. 168 – 201.
- Zeithaml, Valerie, (1988), “Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means – End Model and Synthesis of Evidence”, *Journal of Marketing*, Vol 52, July, p.2 – 22.
- Zeithaml L, Valerie A; Parasuraman; Leonardo L. Berry, (1988), “Servqual a Multiple – Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality”, *Journal and Retailing*, Vol. 64, Spring, p. 12 – 40.

## **PERSETUJUAN DRAFT TESIS**

**Yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa thesis yang berjudul:**

**ANALISIS PENGARUH PEMBELAJARAN DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
MAHASISWA DAN LOYALITAS MAHASISWA  
(Studi Kasus pada UNRARIS UNGARAN)**

Yang disusun oleh Indah Dwi Prasetyaningrum, NIM C4A 005 196  
telah disetujui untuk dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal 18 Februari 2009

Pembimbing Utama

Pembimbing Anggota

Drs. H. Mudiantono, M.Sc

Drs. J. Sugiarto, PH.SU

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Indah Dwi Prasetyaningrum  
NIM : C4A005196  
Tempat / Tanggal Lahir : Tegal / 22 Maret 1980  
Agama : Islam  
Alamat : Perumahan Sronдол Asri Blok O no. 2 Semarang  
Telepon : (024) 7462831

### PENDIDIKAN FORMAL :

1. SDN Purwosari I Kudus (1986 – 1992)
2. SMP Muhammadiyah I Sukoharjo (1992 – 1995)
3. SMAN I Sukoharjo (1995 – 1998)
4. Universitas Muhammadiyah Surakarta (1998 – 2003)

LAMPIRAN I

**SURAT IJIN PENELITIAN**

LAMPIRAN 2

DAFTAR KUESIONER

LAMPIRAN 3

DATA RESPONDEN

LAMPIRAN 4

HASIL KOMPUTASI

# LAMPIRAN 5

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Fluktuasi Jumlah Mahasiswa dari tahun ke tahun di lingkungan Undaris Ungaran .....	7
Tabel 2.1	Konsep-konsep rujukan .....	10
Tabel 4.1	Identitas Responden menurut Hubungan antara Fakultas dengan .....	40

Jenis kelamin .....	40
Tabel 4.2 Identitas Responden menurut Hubungan antara Usia dengan .....	40
Jenis Kelamin .....	40
Tabel 4.3 Indeks pengujian kelayakan model .....	42
Tabel 4.4 Tabel indeks kesesuaian model eksogen .....	45
Tabel 4.5 Regression Weights .....	45
Tabel 4.6 Tabel indeks kesesuaian model indogen .....	46
Tabel 4.7 Regression Weights .....	47
Tabel 4.8 Tabel indeks kesesuaian model penuh .....	48
Tabel 4.9 Regression Weights pada model penuh .....	49
Tabel 4.10 Evaluasi Normalitas Data .....	50
Tabel 4.11 Deskriptif Statistics .....	52
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Reliability dan Variance Extract .....	58
Tabel 4.13 Kesimpulan Hipotesis .....	61

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.4 Pengembangan Model .....	27
Gambar 2.5.1 Indikator Variabel Pembelajaran .....	27
Gambar 2.5.2 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan .....	28
Gambar 2.5.3 Indikator Variabel Kepuasan Mahasiswa .....	29

Gambar 2.5.4	Indikator Variabel Loyalitas Mahasiswa .....	29
Gambar 4.1	Confirmatory Factor Analysis – Eksogen .....	44
Gambar 4.2	Confirmatory Factor Analysis – Indogen .....	46
Gambar 4.3	Full Model .....	48
Gambar 5.1	Hubungan antara Variabel Pembelajaran dengan Loyalitas .....	67
	Mahasiswa .....	67
Gambar 5.2	Hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan dengan .....	67
	Loyalitas Mahasiswa .....	67

## DAFTAR RUMUS

Rumus 1	Persamaan-persamaan Struktural .....	34
Rumus 2	Uji Reliability .....	56
Rumus 3	Rumus Variance Extract.....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Ijin Penelitian
Lampiran 2	Daftar Kuesioner
Lampiran 3	Data Responden
Lampiran 4	Hasil Komputasi

Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup