

**TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

**PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN  
PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN  
DAN LOYALITAS MAHASISWA/I STIE PEMBANGUNAN  
TANJUNGPINANG**



**TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
gelar Magister Manajemen**

**Disusun oleh:**

**IMRAN ILYAS**

**NIM. 017094786**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA  
JAKARTA  
2013**

**PERNYATAAN**

**TAPM yang berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.**

Universitas Terbuka

Jakarta, Mei 2013  
Yang menyatakan



**(IMRAN ILYAS)**  
**NIM.: 017094786**

**LEMBAR PERSETUJUAN TAPM**

**Judul TAPM** : Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang

**Penyusun** : IMRAN ILYAS  
**N I M** : 017094786  
**Program Studi** : Magister Manajemen

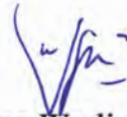
Menyetujui:

Pembimbing I,



(Dr. Hj. Sri Langgeng Ratnasari, SE., MM.)  
NIDN. 1002127301

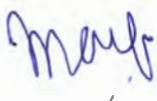
Pembimbing II,



(Dr. Lina Warlina, M.Ed.)  
NIP. 19610107 198601 2 001


Mengetahui,

**Ketua Bidang Ilmu/  
Program Magister Manajemen**



**Maya Maria, SE., MM.**  
NIP. 19720501 199903 2 003

**Direktur Program Pascasarjana**



**Suciati, M.Sc., Ph.D.**  
NIP. 19520213 198503 2 001

**UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**PENGESAHAN**

**N a m a** : IMRAN ILYAS  
**N I M** : 017094786  
**Program Studi** : Magister Manajemen  
**Judul Tesis** : Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana, Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada:

**Hari/Tanggal** : Sabtu/6 Juli 2013  
**W a k t u** : 14.00 – 16.00 WIB

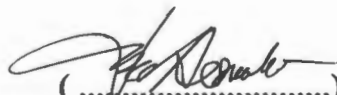
Dan telah dinyatakan LULUS

**PANITIA PENGUJI TESIS**

**Ketua Komisi Penguji** : Yun Iswanto, M.Si.

(  ..... )

**Penguji Ahli** : DR. Ignatius Heruwasto

(  ..... )

**Pembimbing I** : Dr. Hj. Sri Langgeng R., SE., MM.( ..... )

(  ..... )

**Pembimbing II** : Dr. Lina Warlina, M.Ed.

(  ..... )

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
NASIONAL**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA**

Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan 15418  
Telp. 021-7415050, Fax 021-7415588

**Kepada**

**Yth. Direktur Program PPS UT  
Jl. Cabe Raya, Pondok Cabe  
Tangerang 15418**

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya selaku Pembimbing TAPM dari mahasiswa,

**N a m a** : IMRAN ILYAS  
**NIM** : 017094786  
**Judul TAPM** : Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa TAPM dari mahasiswa yang bersangkutan sudah/baru selesai sekitar 100%, sehingga dinyatakan **sudah layak uji/belum layak uji** dalam Ujian Sidang Tugas Akhir Program Magister (TAPM).

Demikian keterangan ini dibuat untuk menjadikan periksa.

Batam, Mei 2013

**Pembimbing I,**



(Dr. Hj. Sri Langgeng Ratnasari, SE., MM.)  
NIDN. 1002127301

**Pembimbing II,**



(Dr. Lina Warlina, M.Ed.)  
NIP. 19610107 198601 2 001

**\*) coret yang tidak perlu**

## ABSTRACT

### THE EFFECT OF STUDENTS' PERCEIVED SERVICE QUALITY AND PERCEIVED PRICE ON STUDENT SATISFACTION AND LOYALTY AT STIE PEMBANGUNAN IN TANJUNGPINANG

**Imran Ilyas**

**Universitas Terbuka**

[imran@stie-pembangunan.ac.id](mailto:imran@stie-pembangunan.ac.id)

**Key words:** student service quality, perceived price, student satisfaction, student loyalty

The main problem faced by institution engaged in the service sector is the service provided to customers. Problem associated with providing services to these customers also apply to STIE Pembangunan Tanjungpinang. The main object of this research is to examine the effect of student's perceived quality and student's perceived price on students' satisfaction and students' loyalty at STIE Pembangunan Tanjungpinang directly or through the mediation of students satisfaction. Concept of service quality are reliability, assurance, responsiveness, empathy and tangible. Concept of students' perceived price are evaluation of what is given or sacrificed to get service from the education insitutions. Concept of students satisfaction are state felt by a person who has experience performance or an outcome that fulfill his or her expectation. Concept of loyalty are recommended to other, willing to pay more, propensity to switch, and word of mouth. Data used are primary data and secondary data.

This research used quantitative approach with survey method. The research responden are 295 students where retrieved randomly among 1.113 students through proporsional stratified random sampling. The analysis technique that used descriptive analysis, single and multiple regression analysis and regression mediation analysis included with the F test, t test, and test of determination.

The result of research is, that students perceived service quality with coefficients 0,449 at Sig 0,000 and perceived price with coefficients 0.232 at sig 0.000 have positive influence on the student satisfaction. The F statistic value is 68.939 with p value ( $p = 0.000$ ) were less than alpha value (0.05) . This means the independent variables (students perceived service quality and students perceived price) simultaneously affected the dependent variables (overall students' satisfaction). Students' perceived quality is more affected to students satisfaction than perceived price. The coefficient of determination (R Square) of regression model is 0.321, indicating that 32.1% of variance in overall students' satisfaction is explained by the students perceived service quality and students perceived price. This research also result show that student's satisfaction is partial mediation variable between students' perceived quality and students' loyalty. Other result, students's satisfaction isn't mediator variable between students's perceived price and students' loyalty.

## ABSTRAK

### PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI BIAYA PENDIDIKAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS MAHASISWA/I STIE PEMBANGUNAN TANJUNGPINANG

Imran Ilyas

Universitas Terbuka

[imran@stie-pembangunan.ac.id](mailto:imran@stie-pembangunan.ac.id)

**Kata kunci:** kualitas pelayanan mahasiswa, persepsi biaya pendidikan, kepuasan mahasiswa, loyalitas mahasiswa.

Problem utama yang dihadapi institusi yang bergerak di sektor jasa adalah penyediaan pelayanan kepada pelanggan. Persoalan-persoalan terkait penyediaan jasa kepada pelanggan juga diterapkan oleh STIE Pembangunan Tanjungpinang. Tujuan utama penelitian ini adalah meneliti pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa pada STIE Pembangunan Tanjungpinang baik secara langsung maupun melalui mediasi variabel kepuasan mahasiswa. Konsep kualitas pelayanan meliputi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*). Konsep persepsi harga adalah evaluasi mahasiswa terhadap biaya yang telah dikorbankan untuk mendapatkan manfaat pelayanan yang disediakan institusi kampus. Konsep kepuasan mahasiswa adalah tingkat kepuasan yang dirasakan terkait pengalaman seluruh kinerja pelayanan atau hasil yang memenuhi harapan mahasiswa. Konsep loyalitas mahasiswa adalah merekomendasikan kepada pihak lain, kerelaan untuk tetap kuliah walau biaya lebih mahal, keengganan untuk berpindah, dan perkataan dan komentar positif kepada pihak lain. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan metode survey. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 295 mahasiswa yang diambil secara random diantara 1.113 mahasiswa secara *stratified random sampling*. Teknik analisis yang digunakan berupa analisis deskriptif, analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda, analisis regresi variabel mediasi yang diperkuat dengan menggunakan uji F, uji t, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan dengan nilai koefisien 0,449 pada *Sig* 0,000 dan persepsi biaya pendidikan dengan nilai koefisien 0,232 pada *Sig* 0,000 berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa/i. Uji F dengan nilai 68,939 pada *Sig* 0,000 < 0,05 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang lebih dominan terhadap kepuasan mahasiswa/i dari pada persepsi biaya pendidikan. Hasil lainnya menunjukkan, kepuasan mahasiswa merupakan variabel mediasi parsial (*partial mediation*) antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mahasiswa serta kepuasan mahasiswa/i bukan variabel mediator antara persepsi biaya pendidikan dengan loyalitas mahasiswa/i.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT sebagai sumber dan pemilik segenap ilmu serta salawat dan salam penulis panjatkan kepada Nabiyallah Muhammad SAW dengan mengucapkan Allahumma Solli'ala Muhammad wa'ala ali sayidina Muhammad karena melalui beliau Allah SWT telah mengajarkan petunjuk dalam menjalani hidup dan kehidupan agar selamat dunia–akhirat. Berkat ikhtiar dan usaha yang gigih, bimbingan dari dosen pembimbing dan do'a, alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul **“Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang”**.

Pada kesempatan ini izinkan penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan pemberian apresiasi yang tinggi kepada seluruh pihak dan seluruh pegawai dan dosen pada Universitas Terbuka yang telah mensupport agar TAPM ini selesai, khususnya pada:

1. Ibu Prof. Ir. Tian Belawati, M.Ed., Ph.D., sebagai Rektor Universitas Terbuka;
2. Ibu Suciati, M.Sc., Ph.D., sebagai Asisten direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
3. Bapak Paken Pandiangan, S.Si, M.Si., sebagai Kepala UPBJJ-UT Batam penyelenggara program pascasarjana;



4. Seluruh dosen TTM (Tutorial Tatap Muka) dan dosen TUTON (*Tutorial Online*) Universitas Terbuka dimana penulis mengikuti perkuliahan mulai tahun ajaran 2011.2 Program Studi Magister Manajemen UPBJJ Batam.
5. Ibu Dr. Hj. Sri Langgeng Ratnasari, S.E., M.M., selaku pembimbing I dan ibu Dr. Lina Warlina, M.Ed., selaku pembimbing II sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
6. Seluruh staf dan pegawai dan karyawan UT Batam yang telah berusaha memberikan pelayanan terbaiknya.
7. Orang tua penulis, ibunda Nursiah yang senantiasa mendoakan agar anak-anaknya sukses dan selamat dunia akhirat, isteri tercinta Endang Kusmawati beserta anak-anakku: Khairunnisa Azzahra dan Asyya Sabila yang senantiasa memberi kekuatan dan dorongan bagi penulis untuk terus bersemangat.
8. Semua pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberi dukungan dan membantu penulis dalam penyusunan TAPM ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Akhir kata penulis menyadari bahwa karya tesis ini masih belum sempurna, namun demikian penulis berharap semoga TAPM ini bermanfaat sebagai pengayaan dan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam penelitian bisnis.

Jakarta, Mei 2013

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pernyataan .....	i
Lembar Persetujuan .....	ii
Lembar Pengesahan .....	iii
Abstrak .....	iv
Abstract .....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel .....	x
Daftar Gambar .....	xii
Daftar Lampiran .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
A. Kajian Teori .....	8
1. Kualitas Pelayanan .....	8
2. Persepsi Harga (Biaya Pendidikan) .....	12
3. Kepuasan Mahasiswa/i .....	15
4. Loyalitas Mahasiswa/i .....	20
B. Kajian Terdahulu .....	24
C. Kerangka Berpikir .....	26
D. Hipotesis .....	28
E. Definisi Operasional .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	32
A. Disain Penelitian .....	32
B. Populasi dan Sampel .....	32
C. Instrumen Penelitian .....	34
D. Prosedur Pengumpulan Data .....	39
E. Metode Analisis Data .....	40
1. Analisis Regresi Linear .....	42
2. Analisis Regresi Variabel Mediasi .....	45
3. Pengukuran Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Kepuasan dan Loyalitas .....	50
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....	51
A. Deskripsi STIE Pembangunan Tanjungpinang .....	51
B. Deskripsi Data Penelitian .....	54

C. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
1. Uji Validitas .....	56
2. Uji Reliabilitas .....	59
D. Analisis Deskriptif .....	60
1. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan .....	61
2. Analisis Deskriptif Persepsi Biaya Pendidikan .....	67
3. Analisis Deskriptif Kepuasan Mahasiswa/i .....	68
4. Analisis Deskriptif Loyalitas Mahasiswa/i .....	69
E. Uji Asumsi Klasik .....	70
1. Uji Normalitas .....	70
2. Uji Linieritas .....	71
3. Uji Autokorelasi .....	74
4. Uji Multikolinieritas .....	75
5. Uji Heteroskedastisitas .....	76
F. Pengujian Hipotesis .....	77
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	78
2. Uji Simultan Model Regresi (Uji F) .....	83
3. Uji Parsial Model Regresi (Uji t) .....	84
4. Analisis Koefisien Determinasi .....	87
5. Analisis Variabel Mediasi .....	88
G. Pembahasan .....	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....	105
A. Simpulan .....	105
B. Saran .....	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
A. Kuesioner	
B. Data Olahan	

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Ajaran 2012-2013 STIE Pembangunan Tanjungpinang .....	4
Tabel 2.1	Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL .....	11
Tabel 2.2	Alternatif Pengukuran <i>Derived Satisfaction</i> .....	18
Tabel 2.3	Penelitian Kepuasan Mahasiswa Terdahulu .....	26
Tabel 2.4	Variabel Penelitian .....	30
Tabel 3.1	Dimensi / Indikator Variabel .....	36
Tabel 4.1	Profil Responden .....	55
Tabel 4.2	Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....	56
Tabel 4.3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel .....	60
Tabel 4.4	Pengukuran Persepsi Responden dengan Skala Likert .....	61
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terkait Kualitas Pelayanan .....	62
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terkait Keandalan Kualitas Pelayanan .....	63
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terkait Daya Tanggap Kualitas Pelayanan ..	64
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terkait Jaminan Kualitas Pelayanan .....	65
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terkait Empati Kualitas Pelayanan .....	66
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Terkait Bukti Fisik Kualitas Pelayanan .....	67
Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terkait Persepsi Biaya Pendidikan .....	68
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terkait Tingkat Kepuasan Mahasiswa/i .....	68
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terkait Tingkat Loyalitas Mahasiswa/i .....	69
Tabel 4.14	Nilai $R^2_{old}$ .....	73

Tabel 4.15	Nilai $R^2_{new}$ .....	73
Tabel 4.16	Kriteria Pengujian Autokorelasi Durbin-Watson .....	74
Tabel 4.17	Uji Autokorelasi Durbin-Watson .....	75
Tabel 4.18	Uji Multikolinieritas Nilai <i>Pair-Wise Correlation</i> .....	75
Tabel 4.19	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Dimensi Kualitas Pelayanan-Kepuasan Mahasiswa/i .....	79
Tabel 4.20	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	82
Tabel 4.21	Nilai $F_{hitung}$ Regresi Berganda.....	83
Tabel 4.22	Koefisien Determinasi Regresi Berganda .....	87
Tabel 4.23	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan-Loyalitas Mahasiswa/i .....	89
Tabel 4.24	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Kualitas Pelayanan-Kepuasan Mahasiswa/i .....	89
Tabel 4.25	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Kualitas Pelayanan-Kepuasan-Loyalitas Mahasiswa/i .....	89
Tabel 4.26	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Persepsi Biaya Pendidikan-Loyalitas Mahasiswa/i .....	91
Tabel 4.27	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana Persepsi Biaya Pendidikan-Kepuasan Mahasiswa/i .....	91
Tabel 4.28	Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Persepsi Biaya Pendidikan-Kepuasan-Loyalitas Mahasiswa/i .....	92

**DAFTAR GAMBAR**

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi STIE Pembangunan Tanjungpinang .....	53
Gambar 4.2 <i>Histogram Standarized Residual</i> .....	70
Gambar 4.3 <i>Normal P-P Plot Regression Standarized</i> .....	71
Gambar 4.4 Uji Linieritas dengan <i>Scatterplot</i> .....	72
Gambar 4.5 <i>Regression Standarized Predicted Value</i> .....	76

Universitas Terbuka

**DAFTAR LAMPIRAN**

	Halaman
Lampiran 1 Biodata Penulis .....	113
Lampiran 2 Kuesioner .....	114
Lampiran 3 Data Rata-Rata Butir Instrumen .....	120
Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen .....	123
Lampiran 5 Hasil <i>Output</i> Uji dan Analisis Data .....	133
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> Analisis Varians (ANOVA) .....	135

Universitas Terbuka

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Keberadaan institusi pendidikan Tinggi di kota Tanjungpinang Provinsi Kepulauan Riau jauh tertinggal bila dibandingkan dengan keberadaan Institusi Pendidikan Tinggi di Ibu Kota Provinsi-Provinsi lainnya. Hal ini wajar saja, sebab Provinsi Kepulauan Riau merupakan Provinsi baru ke 32 yang terbentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2002 tanggal 24 September 2002. Perguruan Tinggi di Kota Tanjungpinang pertama ada pada tahun 1998, dengan berdirinya STISIPOL Raja Ali Haji Tanjungpinang dan Akademi Akuntansi Pembangunan (AAP) Tanjungpinang yang pada masa itu Tanjungpinang merupakan Ibu Kota Kabupaten Kepulauan Riau. Seiring dengan terbentuknya propinsi Kepulauan Riau, maka Akademi Akuntansi Pembangunan (AAP) Tanjungpinang menaikkan statusnya menjadi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang pada tahun 2008 melalui SK Menteri Pendidikan Nasional No.160/D/O/2008 tanggal 5 Agustus 2008. Hingga saat ini di Kota Tanjungpinang terdapat 10 (sepuluh) institusi pendidikan tinggi, yaitu: Universitas Negeri Maritim Raja Ali Haji (UMRAH), Stisipol Raja Haji Tanjungpinang, STIE Pembangunan Tanjungpinang, Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) IGA Tanjungpinang, Sekolah Tinggi Teknologi Indonesia (STTI) Tanjungpinang, STIKES Hang Tuah, Akademi Kebidanan Anugerah, Politeknik Kebidanan, dan Akademi Bahasa Asing, serta Sekolah Tinggi Ilmu Agama Islam (STAI) Tanjungpinang.



STIE Pembangunan Tanjungpinang sebagai Institusi Pendidikan Tinggi yang baru berumur 5 tahun, baru mewisuda Sarjana satu kali bagi mahasiswa yang terdaftar sejak semester pertama. Pada institusi pendidikan tinggi, mahasiswa/i merupakan konsumen utama (IWA, 2007; Sakthivel *et al.*, 2005 dalam Sumaedi *et. al.* 2011). Jadi dalam lingkup pendidikan tinggi, konsumen utamanya adalah mahasiswa/i. Dengan demikian, kepuasan mahasiswa/i merupakan hak mahasiswa/i yang harus selalu diperhatikan oleh pihak manajemen pendidikan tinggi dalam rangka mencapai tujuan perusahaan dan memenangkan persaingan.

Perguruan tinggi yang bisa mencapai lebih tinggi tingkat kepuasan mahasiswa/i dari tingkat yang diharapkan akan dapat menaikkan biaya pendidikan atau uang kuliah. Selanjutnya, kepuasan mahasiswa/i merupakan hal penting untuk diteliti, karena bila mahasiswa/i merasa puas akan membantu kepercayaan diri dan kepercayaan diri tersebut meningkatkan aspek kemampuan ilmu pengetahuan. Letcher *and* Neves (2010) dalam Sumaedi *et. al.* (2011) melaporkan bahwa para psikolog menemukan kepuasan mahasiswa/i akan membantu kepercayaan diri dan kepercayaan diri tersebut membantu mengembangkan keterampilan yang berguna sehingga memperoleh pengetahuan. Dilain pihak ketidakpuasan mahasiswa/i dapat membawa dampak negatif, misalnya berdampak pada nilai yang buruk, hubungan yang tidak harmonis antara mahasiswa/i dengan staf kampus dan teman-teman mereka.

Beberapa catatan ketidakpuasan pelayanan yang terjadi dalam dua tahun terakhir adalah:

1. Terlambatnya pembagian KHS bagi mahasiswa di setiap awal semester, karena banyak dosen yang terlambat dalam menyerahkan nilai akhir.

2. Sering terlambatnya respon yang diberikan pihak kampus dalam melayani mahasiswa-mahasiswa yang komplain, seperti terlambatnya pembagian kartu mahasiswa, perubahan jadwal, dan dosen membatalkan kelas atau tidak hadir.
3. Tidak difasilitasinya keluhan-keluhan mahasiswa yang tidak puas atas pelayanan, dimana pihak mahasiswa meminta pihak kampus agar bersedia berkomunikasi dengan perwakilan seluruh mahasiswa guna mencari solusi permasalahan yang ada.
4. Terjadinya beberapa kesalahan dalam akurasi data, seperti kesalahan perhitungan SKS, Indeks Prestasi (IP) dan kesalahan pencetakan pada KHS, kesalahan dosen memberikan nilai, dan lain-lain.
5. Tindak lanjut terhadap keluhan mahasiswa yang dicatat dalam buku pengaduan sangat lamban, karena tidak adanya standar baku penyelesaian pengaduan mahasiswa/i.

Disisi lain, sejalan dengan tujuan mencapai kepuasan mahasiswa/i tersebut, maka STIE Pembangunan Tanjungpinang yang sebelumnya berupa Akademi Akuntansi Pembangunan (AAP) Tanjungpinang, telah banyak melakukan upaya dalam rangka peningkatan dan perbaikan pelayanan terhadap mahasiswa/i. Mulai dari perbaikan sarana dan prasarana fisik, seperti peningkatan prasarana perkuliahan, pembangunan ruang kuliah yang baru, penambahan sarana ruang kelas satu ruangan dilengkapi satu infokus, kipas angin atau AC, perbaikan lantai dan sarana parkir. Peningkatan pelayanan perpustakaan dengan menyediakan buku lebih lengkap, dan suasana yang nyaman. Selain itu juga perbaikan dalam hal mutu dosen dengan menyediakan tenaga dosen yang berpendidikan S2, penyediaan sarana internet, dan lain-lain.

Seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan tersebut, maka diharapkan tingkat kepuasan mahasiswa/i meningkat dan diharapkan berdampak kepada loyalitas mahasiswa/i. Hasilnya, sejalan dengan usaha peningkatan pelayanan dan prasarana serta kualitas lainnya, maka setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah mahasiswa yang diterima dan pihak kampus telah menetapkan kenaikan biaya pendidikan pada tahun ajaran 2009 serta telah ditetapkan naik untuk tahun ajaran 2013 nanti. Adapun jumlah mahasiswa aktif yang terdaftar semenjak semester pertama pada semester genap tahun ajaran 2012-2013 tahun ini adalah seperti pada Tabel 1.1.

**Tabel 1.1**  
**Jumlah Mahasiswa Aktif Semester Genap Tahun Ajaran 2012-2013**  
**STIE Pembangunan Tanjungpinang**

Tingkat	Prodi			Jumlah	Persentase
	S1 – Akuntansi	S1 – Manajemen	D3- Akuntansi		
I	246	218	22	486	43.67%
II	171	121	27	319	28.66%
III	101	63	28	192	17.25%
IV	76	40	0	116	10.42%
Jumlah	594	442	77	1.113	100.00%

Sumber: STIE Pembangunan Tanjungpinang, 2013.

Dalam lingkup literatur pemasaran jasa, ada dua faktor utama yang terbukti sebagai faktor kepuasan konsumen, yaitu: persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan dan persepsi konsumen terhadap harga. Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen, dan semakin murah harga suatu produk dengan kualitas yang baik, maka semakin puas pula konsumen. Selanjutnya kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan diharapkan menjadikan mereka loyal.

Selanjutnya alasan yang melatar belakangi penulis untuk melakukan penelitian ini diantaranya, pertama: karena belum pernah diadakan penelitian terkait

kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa/i pada STIE Pembangunan Tanjungpinang. Pihak manajemen kampus belum mengetahui dimensi kualitas pelayanan mana yang baik dan dimensi kualitas pelayanan mana yang buruk, sehingga dapat diambil kebijakan atau keputusan untuk perbaikan kualitas pelayanan. Pihak manajemen kampus juga belum pernah meneliti dampak penerapan kenaikan biaya pendidikan yang telah diterapkan. Kedua, alasan yang paling kuat untuk melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat atau derajat loyalitas mahasiswa/i terhadap kampus STIE Pembangunan Tanjungpinang, mengingat di tahun ajaran 2012-2013 lalu menjelang penerimaan mahasiswa/i baru, pihak manajemen kampus hampir sama sekali tidak melakukan kegiatan promosi atau aktivitas marketing layaknya seperti perguruan tinggi lain, karena diwaktu itu manajemen kampus memutuskan menunda aktivitas *marketing* menunggu hasil akreditasi. Tetapi realitanya, dengan sedikit sekali aktivitas marketing tersebut ternyata tidak mengurangi calon mahasiswa/i yang mendaftar, bahkan di tahun ajaran 2012-2013 lalu penerimaan mahasiswa/i baru mencapai hampir 150% dari penerimaan mahasiswa/i tahun sebelumnya.

Dengan memperhatikan pendapat Bloemer *and* Kasper dan Oliver dalam Suliyanto (2011) yang mengingatkan bahwa kepuasan dan loyalitas bukanlah pengganti (*surrogates*) satu sama lain. Bisa saja seorang pelanggan loyal tanpa harus sangat puas, misalnya bila hanya ada sedikit pilihan, dan bisa pula sangat puas, tetapi tidak loyal karena tersedia banyak alternatif produk. Maka dengan penelitian ini nantinya diharapkan akan menjawab seberapa besar tingkat derajat loyalitas mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang.

## B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis mencoba untuk merumuskan permasalahan dalam bentuk pertanyaan berikut:

1. Apakah persepsi kualitas pelayanan merupakan prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i ?
2. Apakah persepsi biaya pendidikan merupakan prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i ?
3. Apakah persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara bersama-sama sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i?
4. Apakah variabel kepuasan mahasiswa/i memediasi antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mahasiswa/i ?
5. Apakah variabel kepuasan mahasiswa/i memediasi antara persepsi biaya pendidikan dengan loyalitas mahasiswa/i ?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ilmiah ini secara umum menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan pengaruh persepsi biaya pendidikan dan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa/i dan loyalitas mahasiswa/i. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa/i,
2. Menganalisis pengaruh persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa/i,
3. Menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa/i.

4. Menganalisis kepuasan mahasiswa/i memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas mahasiswa/i
5. Menganalisis kepuasan mahasiswa/i memediasi hubungan antara persepsi biaya pendidikan dengan loyalitas mahasiswa/i

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dalam menambah wawasan berpikir ilmiah dan melakukan penelitian bisnis, maupun bagi para pembaca atau pihak-pihak lain yang berkepentingan. Secara khusus kegunaan penelitian ini adalah:

1. Kegunaan Teoritis

Sebagai karya ilmiah yang memperkaya pemikiran dan dapat dijadikan referensi lebih lanjut dalam penelitian dibidang yang sama.

2. Kegunaan Praktis

Manfaat dalam implementasi atau praktik penelitian ini ditujukan kepada Sekolah Tinggi Ekonomi Pembangunan (STIE) Tanjungpinang sebagai objek penelitian, dimana Kota Tanjungpinang sebagai tempat mengadakan penelitian ini masih sangat baru keberadaan beberapa lembaga pendidikan tinggi, sehingga diharapkan para pengambil kebijakan dalam Sekolah Tinggi maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan kebijakan-kebijakan demi kemajuan dan pengembangan pendidikan tinggi, khususnya untuk STIE Pembangunan Tanjungpinang kedepan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kualitas pelayanan

Dalam bahasa Indonesia, *service* (jasa) bisa diterjemakan sebagai jasa, layanan, dan servis tergantung pada konteksnya. *Oxford Advanced Learner's Dictionary* dalam Tjiptono dan Chandra (2011) mendaftar 16 definisi berbeda untuk istilah “*service*”. Keanekaragaman makna dalam pemakaian istilah jasa (*service*) juga dijumpai dalam literatur manajemen. Menurut Kotler dan Keller (2009), jasa atau layanan (*service*) adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, yaitu tak berwujud (*intangibility*), tak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan dapat musnah (*perishability*).

Jasa memiliki karakteristik tak berwujud, karena jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Jasa memiliki karakteristik tak terpisahkan, karena jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus tidak seperti produk fisik yang setelah diproduksi dimasukkan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai perantara, dan akhirnya dikonsumsi oleh konsumen. Sementara jasa dikatakan memiliki karakteristik bervariasi, karena kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan dimana, dan

kepada siapa. Karenanya pembeli jasa umumnya menyadari variabilitas ini dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa mana yang dipilih. Karakteristik keempat dari jasa adalah dapat musnah, karena jasa tidak dapat disimpan. Jadi musnahnya jasa bisa menjadi masalah ketika permintaan berfluktuasi. Karenanya manajemen permintaan atau manajemen hasil merupakan hal yang penting, yaitu jasa yang tepat harus disediakan untuk pelanggan yang tepat pada tempat yang tepat di saat yang tepat dan harga yang tepat untuk memaksimalkan profitabilitas.

Lewis *and* Booms dalam Tjiptono dan Chandra (2011) merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa. Dengan demikian sebagai pihak yang membeli dan mengonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan.

Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu: (1) persepsi konsumen, (2) produk atau jasa, dan (3) proses. Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang. Dengan memberikan kualitas perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dapat memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Selanjutnya kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya



rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching cost*), dan loyalitas pelanggan.

Kualitas pelayanan dalam bidang pendidikan tinggi adalah merupakan aspek yang mendasar bagi kesempurnaan pendidikan. Spoooreen *et. al.*, dalam Sumaedi *et. al.* (2011) memberi pandangan bahwa keharmonisan organisasi, kemampuan intelektual dosen, pembelajaran profesional, transparansi penilaian, umpan balik dan pelatihan merupakan hal yang utama dalam mengembangkan mental mahasiswa/i. Esensi yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayanan pendidikan adalah penerapan manajemen dan melengkapi pustaka, sistem keamanan, fasilitas kesehatan, dekorasi kelas dan fasilitas multi media.

Dipandang dari konsep dan dimensi kualitas jasa, terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Pelanggan membentuk harapan jasa yang diharapkan dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut atau pengaruh getok-tular (*word of mouth*), dan iklan. Secara umum, pelanggan membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Apabila jasa yang dipersepsikan sesuai dengan jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut akan dipersepsikan baik atau positif. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Pelanggan yang puas ada kemungkinan mereka akan menggunakan jasa yang sama di waktu yang akan datang. Sebaliknya bila jasa yang dipersepsikan lebih jelek dari jasa yang diharapkan, maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan negatif atau buruk.

Tiga pakar terkemuka kualitas jasa Parasuraman, Zeithaml, dan Berry memaparkan secara rinci lima gap kualitas jasa yang berpotensi menjadi sumber

masalah kualitas jasa (Tjiptono dan Chandra, 2011: 216). Model yang dinamakan SERVQUAL ini dikembangkan untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa.

**Tabel 2.1**  
**Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL**

No.	Dimensi	Atribut
1.	Reliabilitas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan jasa pelayanan sesuai yang dijanjikan</li> <li>2. Menyediakan jasa pendidikan berkualitas</li> <li>3. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa mahasiswa</li> <li>4. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali</li> <li>5. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan</li> <li>6. Menyimpan dokumen tanpa kesalahan</li> </ol>
2.	Daya Tanggap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menginformasikan mahasiswa tentang kepastian waktu penyampaian jasa</li> <li>2. Layanan yang cepat bagi mahasiswa</li> <li>3. Kesiediaan untuk membantu mahasiswa</li> <li>4. Kesiapan untuk merespon permintaan mahasiswa</li> </ol>
3.	Jaminan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para mahasiswa</li> <li>2. Membuat mahasiswa merasa aman sewaktu melakukan transaksi</li> <li>3. Karyawan dan dosen yang secara konsisten bersikap sopan</li> <li>4. Karyawan dan dosen yang mampu menjawab pertanyaan mahasiswa</li> <li>5. Reputasi dosen dalam pengajaran dan pengabdian masyarakat</li> </ol>
4.	Empati	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan perhatian individual kepada para mahasiswa</li> <li>2. Karyawan dan dosen yang memperlakukan mahasiswa secara penuh perhatian</li> <li>3. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan mahasiswa</li> <li>4. Karyawan dan dosen yang memahami kebutuhan mahasiswa</li> <li>5. Waktu beroperasi (jam kantor) yang nyaman</li> </ol>
5.	Bukti Fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peralatan moderen</li> <li>2. Fasilitas yang berdaya tarik visual</li> <li>3. Karyawan dan dosen yang berpenampilan rapi dan profesional</li> <li>4. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual</li> </ol>

Sumber: Diadaptasi dari Parasuraman, *et. al.*, (2004)

Pengukuran kualitas jasa dalam model SERVQUAL didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan, serta gap di antara keduanya pada lima dimensi utama kualitas jasa yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibility*). Adapun dimensi dan atribut model SERVQUAL ini adalah seperti yang tertulis pada Tabel 2.1.

## 2. Persepsi harga (biaya pendidikan)

Penetapan harga jasa berbeda dengan penetapan harga barang, setidaknya dalam delapan aspek pokok. Pertama, jasa tidak menghasilkan transfer kepemilikan fisik sehingga tidak mudah bagi pemasar jasa untuk menghitung biaya finansial berkenaan dengan proses penciptaan kinerja *intangible* bagi pelanggan. Kedua, jasa bersifat variabilitas input dan *output* sehingga sangatlah sulit dalam menentukan basis penetapan harga jasa, disamping itu untuk unit konsumsi layanan yang serupa memungkinkan membutuhkan biaya yang tidak sama dalam proses produksinya. Ketiga, heterogenitas jasa membatasi pemahaman konsumen tentang harga jasa, karena perusahaan-perusahaan jasa bisa menawarkan variasi kombinasi dan permutasi layanan yang relatif tak terhingga sehingga struktur penetapan harga menjadi sangat kompleks dan rumit. Keempat, penyedia jasa tidak bersedia dan atau tidak mampu mengestimasi harga, sehingga konsumen kesulitan mendapatkan *references price* yang akurat. Kelima, keinginan pelanggan individual sangatl beraneka ragam, karenanya bisa jadi suatu jasa mempunyai harga yang berbeda-beda. Keenam, kebanyakan jasa sulit untuk dievaluasi oleh konsumen disebabkan faktor intangibilitas kinerja jasa dan *invisibility* fasilitas pendukung serta tenaga kerja yang memfasilitasinya bila dibandingkan dengan barang fisik. Ketujuh, pentingnya faktor

waktu, yaitu penjadwalan dan lamanya waktu yang dibutuhkan untuk merampungkan sebuah jasa bisa mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai jasa bersangkutan. Kedelapan, ketersediaan saluran distribusi elektronik dan atau fisik yang digunakan oleh konsumen menjadikan persepsi setiap pelanggan terhadap transaksi jasa akan berbeda-beda (Tjiptono dan Chandra: 2012).

Hal utama yang perlu disadari oleh pengusaha adalah apa saja sebenarnya yang diharapkan oleh para pembeli dengan membayarkan sejumlah uang tertentu untuk membeli hasil produksinya itu. Memahami bagaimana konsumen sampai pada persepsi harga adalah prioritas pemasaran yang penting. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar-benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk tersebut dengan harga yang lebih murah dari biasanya sehingga lebih ekonomis, karena ada kesempatan untuk mendapatkan hadiah dari pembelian produk tersebut, atau karena ingin dianggap konsumen lain tahu banyak tentang produk tersebut dan ingin dianggap loyal.

Dalam literatur pemasaran jasa ada dua faktor yang menjadi determinan kepuasan konsumen, yaitu persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga. Telah banyak penelitian yang dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa/i. Banyak penelitian terdahulu hanya fokus pada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa/i, namun penelitian yang menambahkan konsep lain, misalnya dengan memasukkan persepsi harga dan pengaruhnya terhadap kepuasan merupakan penelitian yang masih jarang dilakukan.

Robbins and Judge (2008: 175) mendefinisikan persepsi (*perception*) adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Hal ini menjadikan perilaku individu didasarkan pada persepsi mereka tentang kenyataan, bukan pada kenyataan itu sendiri. Banyak konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Tugas pemasar adalah menstimulasi pelanggan agar termotivasi untuk membeli. Pelanggan yang termotivasi akan siap bertindak. Bagaimana pelanggan bertindak dipengaruhi oleh pandangannya tentang situasi. Dalam pemasaran, persepsi lebih penting daripada realitas, karena persepsi pelanggan mempengaruhi perilaku aktual pelanggan. Kotler dan Keller (2009: 179) mendefinisikan persepsi (*perception*) adalah proses dimana kita memilih, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita. Karenanya pelanggan bisa mempunyai persepsi berbeda tentang obyek yang sama.

Sesuai dengan pendapat Kotler dan Amstong, harga adalah sejumlah uang sebagai ongkos yang dibebankan atas suatu produk atau pelayanan, atau sejumlah nilai uang yang dipertukarkan oleh konsumen guna mendapatkan manfaat untuk memiliki atau untuk menggunakan produk atau pelayanan tersebut (Sumaedi *et. al.*: 2011). Dengan demikian persepsi harga didefinisikan sebagai persepsi konsumen mengenai apa yang dikorbankan untuk memperoleh produk atau pelayanan. Persepsi harga dapat diukur dengan kewajaran dari harga yang dibayar. Dengan demikian sudah sewajarnya bila harga yang lebih murah dibayar, akan lebih meningkatkan

kepuasan konsumen terhadap harga dari sebuah produk atau pelayanan (Clemes *et. al.*; 2008 dalam Sumaedi *et. al.*; 2011). Dengan didasarkan pada penjelasan sebelumnya, maka dalam penelitian ini kami mendefinisikan persepsi biaya pendidikan sebagai evaluasi mahasiswa/i terhadap apa yang telah diberikan atau dikorbankan untuk memperoleh pelayanan-pelayanan dari institusi pendidikan, baik pelayanan akademik maupun pelayanan pendidikan. Variabel persepsi harga menurut Stanton dalam Winahyu (2012) dibentuk oleh empat indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

### 3. Kepuasan mahasiswa/i

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai’. *Oxford Advanced Learner’s Dictionary* dalam Tjiptono dan Chandra (2011: 292) mendeskripsikan kepuasan sebagai “*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc..*” Dalam kajian literatur kepuasan pelanggan yang dilakukan Gies dan Cote, mengidentifikasi terdapat 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi, Gies dan Cote menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya; dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah

konsumsi, setelah pemilikan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain).

Kotler *and* Clarke dalam Sumaedi *et., al.* (2011) mendefinisikan kepuasan sebagai pernyataan perasaan dari hasil pengalaman atau sebagai sebuah ungkapan yang memenuhi atau yang diharapkannya. Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek. Konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Dengan demikian kepuasan adalah sebuah fungsi dari level relatif yang diharapkan dan hasil yang diterima.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu: keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), daya empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*).

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Menurut Kotler, *et.al.*, (2004) terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu: sistem keluhan dan saran, *ghost shopping*, *lost customer analysis*, dan survei kepuasan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2011).

a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang menjadikan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utamanya perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran, kartu komentar yang bisa diisi langsung atau melalui kantor pos, saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain.

b. *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh informasi dan gambaran mengenai kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan pesaing. Dari *ghost shoppers* ini diharapkan perusahaan memperoleh informasi berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

c. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi guna dapat mengambil kebijakan demi perbaikan dan penyempurnaan selanjutnya.

d. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya riset pemasaran dilakukan untuk tujuan mengukur kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode survei. Pengukuran kepuasan pelanggan tersebut sebaiknya dilakukan secara berkala. Adapun pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan pilihan-pilihan cara berikut ini:



### 1) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran derajat atau tingkat kepuasan pelanggan dilakukan secara langsung kepada pelanggan melalui item-item pertanyaan yang spesifik terkait tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

### 2) *Derived Satisfaction*

Pengukuran kepuasan pelanggan dengan cara ini setidaknya menyangkut dua hal utama, yaitu (1) tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-attribut relevan, dan (2) persepsi pelanggan terhadap kinerja aktual produk atau perusahaan bersangkutan (*perceived performance*). Selanjutnya alternatif pengukuran *derived satisfaction* terhadap nilai skor butir dalam pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.2 berikut:

**Tabel 2.2**  
**Alternatif Pengukuran *Derived Satisfaction***

No.	Operasionalisasi Kepuasan Pelanggan	Persamaan Matematis
1.	Kepuasan Pelanggan = <i>Perceived Performance</i>	$CS = \sum (PP_i)$
2.	Kepuasan Pelanggan = Ideal – <i>Perceived Performance</i>	$CS = \sum (Id_i - PP_i)$
3.	Kepuasan Pelanggan = Tingkat Kepentingan x <i>Perceived Performance</i>	$CS = \sum (I_i * PP_i)$
4.	Kepuasan Pelanggan = Tingkat Kepentingan x (Ideal - <i>Perceived Performance</i> )	$CS = \sum I_i (Id_i - PP_i)$
5.	Kepuasan Pelanggan = Tingkat Kepentingan – <i>Perceived Performance</i>	$CS = \sum (I_i - PP_i)$
6.	Kepuasan Pelanggan = Tingkat Kepentingan x (Ekspektasi - <i>Perceived Performance</i> )	$CS = \sum I_i (E_i - PP_i)$
7.	Kepuasan Pelanggan = (Ekspektasi - <i>Perceived Performance</i> )	$CS = \sum (E_i - PP_i)$

Keterangan: CS = Kepuasan Pelanggan, PP=*Perceived Performance*,  
Id = Ideal, I = Tingkat Kepentingan, E = Ekspektasi

Sumber : Tjiptono dan Chandra, 2011.

### 3) *Problem Analysis*

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan dengan cara *problem analysis* ini, responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikan. Selanjutnya perusahaan melakukan analisis konten (*content analysis*) terhadap semua permasalahan dan saran perbaikan untuk tindak lanjut segera.

### 4) *Importance-Performance Analysis*

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan meminta responden menilai tingkat kepentingan berbagai atribut yang relevan dan kinerja perusahaan (*perceived performance*) pada masing-masing atribut tersebut. Selanjutnya nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis dengan *Importance-Performance Matrix*.

Persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga adalah dua faktor penting untuk mendeterminasi kepuasan konsumen (Aga and Safakli: 2007; Clemes *et., al.*, 2008 dalam Sumaedi *et., al.* 2011). Semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan, maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen dan semakin murah harga suatu produk dengan kualitas yang baik, maka semakin puas pula konsumen. Kualitas pelayanan umumnya merupakan hal yang kritis guna membangun dan mendukung dalam kaitannya dengan kepuasan yang dirasakan konsumen. Dengan cara ini perpaduan antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan topik strategis dan tepat yang diminati untuk diteliti. Jadi sangatlah wajar untuk memahami, mengedepankan dan mendeterminasi kepuasan konsumen agar dapat terukur, meskipun harus mengeluarkan ongkos yang cukup besar untuk memenuhi fasilitas pelayanan organisasi guna dapat berkompetensi.

Terkait dengan permasalahan dalam pendidikan, kepuasan mahasiswa/i mempunyai kaitan yang sangat erat dengan persepsi mahasiswa/i terhadap suatu layanan pendidikan yang ditawarkan oleh sebuah perguruan tinggi. Persepsi mahasiswa/i banyak dipengaruhi oleh kualitas pendidikan, biaya, dan kepuasan mahasiswa/i. Persepsi ini berhubungan erat dengan harapan tertentu yang diinginkan mahasiswa/i. Jika harapan mahasiswa/i terlalu tinggi, tetapi tidak dapat dipenuhi oleh suatu layanan pendidikan, maka layanan pendidikan tersebut tidak akan dapat memuaskan mahasiswa/i.

Persepsi kualitas dan persepsi harga merupakan dua faktor penting determinan kepuasan pelanggan. Pelanggan umumnya mengeneralisasikan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan setelah mempersepsikan harga dan kualitas. Pada mulanya sulit untuk membedakan konsep kepuasan pelanggan dan persepsi kualitas, karena penilaiannya didasarkan atas perbedaan persepsi konsumen dan ekspektasi pelanggan. Parasuraman, *et., al.* dalam Sumaedi *et., al.*, (2011) mengemukakan perbedaan yang jelas mengenai kepuasan konsumen yang mencakup pertimbangan kualitas jasa, kualitas produk, dan persepsi harga.

#### **4. Loyalitas mahasiswa/i**

Konsep loyalitas merupakan faktor yang kompleks pada perilaku konsumen, konsekuensinya tidak adanya kesepakatan dalam mendefinisikan loyalitas. Konsumen mempunyai beragam tingkat loyalitas terhadap merek, toko dan perusahaan tertentu. Oliver mendefinisikan loyalitas (*loyalty*) sebagai “komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Tjiptono dan Chandra: 2011). Keputusan pelanggan untuk

bersikap loyal atau bersikap tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Konsumen yang sangat puas pada umumnya akan menjadi loyal lebih lama, membeli lebih banyak produk perusahaan atau membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, memberikan perhatian lebih sedikit terhadap mereka dagang pesaing, dan menjadi kurang sensitif terhadap harga produk perusahaan sehingga mengakibatkan biaya lebih rendah untuk melayaninya, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain serta menawarkan ide produk atau jasa kepada pelanggan.

Dari mengumpulkan banyak literatur marketing, secara garis besar loyalitas pelanggan didominasi dua aliran utama: aliran stokastik (*behavioral*) dan aliran deterministik (sikap) dan terakhir muncul pula aliran integratif yang berusaha menggabungkan perspektif sikap dan *behavioral*. Dimensi perilaku (*behavioral*) seperti pengulangan pembelian, menjadikan kebiasaan dipengaruhi oleh begitu banyak variabel yang saling berinteraksi dalam frekuensi yang tidak bisa diprediksi, sehingga dalam praktek prosesnya bersifat stokastik (fenomena random). Dimensi sikap seperti kepercayaan, dan kesediaan untuk merekomendasikan. Perspektif sikap ini berfokus pada komitmen psikologis konsumen dalam pembelian, tanpa perlu mempertimbangkan secara spesifik perilaku pembelian efektif (aktual). Berbeda dengan aliran behavioral yang mengoperasionalkan loyalitas sebagai dikotomi loyal atau tidak loyal, perspektif sikap mengukur loyalitas sebagai skala interval atau kontinum (*a degree of loyalty*). Karena itu tujuan utama pengukuran loyalitas berdasarkan perspektif sikap bukanlah untuk mengetahui apakah seseorang loyal atau tidak, namun untuk memahami intensitas loyalitasnya terhadap merek atau toko

tertentu. Dengan demikian 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 (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Dengan adanya kualitas layanan yang baik dan memuaskan pada perguruan tinggi hal ini akan menimbulkan kepuasan pelanggan (mahasiswa) dan efeknya akan berpengaruh pada *behavioral intentions* (keinginan berperilaku) dari mahasiswa tersebut. *Behavioral intentions* inilah yang akan menjelaskan apakah seseorang mahasiswa akan memberikan rekomendasi positif atau negatif kepada sesama mahasiswa atau calon mahasiswa yang ingin melanjutkan kuliah. (Haloho, 2012). Adapun ciri utama yang spesifik perilaku pembelian ulang pada perguruan tinggi pada umumnya adalah pada kasus bila lulusan memutuskan untuk melanjutkan studi pada level atau jenjang yang lebih tinggi. Dengan demikian dua point aspek loyalitas pada mahasiswa adalah: kesediaan untuk merekomendasikan, dan bila membutuhkan ke jenjang yang lebih tinggi, kesediaan mahasiswa tersebut untuk memilih perguruan tinggi yang sama (Purgailis and Zaksa, 2012).

Meskipun demikian hubungan antara kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan tidaklah proporsional. Anggaph kepuasan pelanggan diberi peringkat dari skala satu sampai lima. Pada tingkat kepuasan pelanggan yang paling bawah (tingkat satu), pelanggan tampaknya mengabaikan perusahaan dan bahkan membicarakan hal-hal buruk tentang perusahaan. Pada tingkat dua sampai empat, pelanggan cukup puas tetapi masih mudah beralih ketika ada tawaran yang lebih baik. Pada tingkat lima, pelanggan sangat ingin membeli kembali dan bahkan menyebarkan berita baik tentang perusahaan. Kepuasan atau kesenjangan yang tinggi menciptakan

ikatan emosional dengan merek atau perusahaan, bukan hanya menciptakan preferensi rasional (Kotler dan Keller, 2009: 140). Tidak hanya itu, dengan memperhatikan pendapat Bloemer *and* Kasper dan Oliver yang mengingatkan bahwa kepuasan dan loyalitas bukanlah pengganti (*surrogates*) satu sama lain (Suliyanto, 2011). Bisa saja seorang pelanggan loyal tanpa harus sangat puas, misalnya bila hanya ada sedikit pilihan, dan bisa pula sangat puas, tetapi tidak loyal karena tersedia banyak alternatif produk. Disamping itu, Oliver merangkum 6 kemungkinan relasi antara kepuasan dan loyalitas sebagaimana banyak dijumpai dalam literatur pemasaran, yaitu perspektif (1) berpandangan bahwa kepuasan dan loyalitas pada dasarnya adalah satu konstruk yang sama, (2) kepuasan merupakan konsep inti bagi loyalitas, tanpa kepuasan loyalitas tidak ada, (3) kepuasan hanyalah salah satu komponen dari loyalitas, (4) menegaskan adanya *superordinat concept*, yaitu *ultimate loyalty* yang mencakup kepuasan dan loyalitas “sederhana”, (5) ada *overlapping* antara kepuasan dan loyalitas, namun persentase *overlapping* tersebut relatif kecil dibandingkan konten masing-masing konstruk, dan (6) kepuasan merupakan titik awal tahapan transisi yang berakumulasi pada tingkat loyalitas terpisah.

Manfaat spesifik kepuasan pelanggan meliputi keterkaitan positif dan loyalitas pelanggan. Zeithaml dkk (2003: 38) dalam Arief dan Suryawinta (2010) menyatakan bahwa pengukuran loyalitas pelanggan dengan indikator sebagai berikut: (1) mengatakan hal yang positif tentang perusahaan, (2) merekomendasi perusahaan kepada orang lain, (3) menganjurkan rekan dan relasi untuk melakukan bisnis dengan perusahaan, (4) mempertimbangkan perusahaan pada pilihan pertama saat membeli, dan (5) melakukan lebih banyak transaksi. Sikap loyal dipengaruhi oleh keyakinan, emosi dan perasaan puas serta harapan-harapan nasabah itu sendiri.

## B. Kajian Terdahulu

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa pada Pendidikan Tinggi. Hasan et., al., (2008) melakukan penelitian pengaruh dimensi kualitas pelayanan (*tangibility, responsiveness, reliability, assurance, empathy*) terhadap kepuasan mahasiswa dan menganalisis faktor dimensi kualitas pelayanan mana yang paling kritis berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan (*tangibility, assurance, reliability, responsiveness, and empathy*) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa dimensi *empathy* memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan mahasiswa, diikuti oleh dimensi *assurance, tangibility, responsiveness* and *reliability*. Nilai korelasi antara dimensi *tangibility* dan kepuasan mahasiswa adalah  $r=0.568$  menunjukkan bahwa dimensi *tangibility* merupakan variabel moderator yang berkorelasi terhadap kepuasan. Sama dengan dimensi *assurance* ( $r=0.582$ ), *reliability* ( $r=0.555$ ) dan *responsiveness* ( $r=0.556$ ). Hanya dimensi *empathy* yang menunjukkan relasi yang kuat terhadap kepuasan sebesar  $r=0.640$ . Kemudian koefisien relasi antara seluruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah 0.653. Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi *empathy* dan *assurance* lebih konsisten dan signifikan dari dimensi yang lain (*tangibility, responsiveness and reliability*) terhadap kepuasan mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa dimensi *empathy* dan *assurance* merupakan dua faktor kritis yang lebih berkontribusi terhadap kepuasan mahasiswa.

Arief dan Suryawinta (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas mahasiswa Universitas

Trunojoyo. Dari hasil penelitian diperoleh besarnya koefisien regresi masing-masing variabel terhadap kepuasan adalah: *Reliability* (3,752), *Responsiveness* (4,119), *Assurance* (5,006), *Empathy* (1,025) dan *Tangibles* (0,498). Dengan demikian variabel *Empathy* dan *Tangibles* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Untuk nilai koefisien determinasi berganda variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan adalah 0,442 atau 44,2%. Nilai koefisien determinasi berganda variabel kepuasan terhadap loyalitas adalah 0,504 atau 50,4%. Nilai ini menunjukkan bahwa 50,4% loyalitas mahasiswa dipengaruhi oleh kepuasan. Bila dilihat dari besarnya koefisien jalur 0,710, maka dapat diartikan bahwa variabel kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Sumaedi *et. al.*, (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan variabel independen (persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa). Nilai koefisien determinasi (*R Square*) model regresi adalah 0,41 yang mengindikasikan bahwa 41% kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga. Dengan standar beta=0,487 untuk persepsi kualitas pelayanan dan 0,251 untuk persepsi harga. Penelitian ini menyimpulkan bahwa persepsi kualitas pelayanan lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa bila dibandingkan dengan pengaruh persepsi harga. Tabel 2.3 berikut memperlihatkan penelitian-penelitian terdahulu.



**Tabel 2.3**  
**Penelitian Kepuasan Mahasiswa Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Variabel yang diteliti	Hasil Penelitian
1.	<i>The Impact of Service Quality on Students Satisfaction in Higher Education</i>	Hasan <i>et. al.</i> (2008), Malik M.E. <i>et. al.</i> (2009), Yunus <i>et. al.</i> (2010)	-Kualitas Pelayanan -Kepuasan Mahasiswa	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Universitas Trunojoyo	Arief dan Suryawinta (2010)	-Kualitas Pelayanan -Kepuasan Mahasiswa -Loyalitas Mahasiswa	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan berdampak terhadap loyalitas mahasiswa
3.	<i>The Effect of Students' Perceived Service Quality and Perceived Price on Student Satisfaction</i>	Sumaedi <i>et. al.</i> (2011)	-Kualitas Pelayanan -Persepsi Harga -Kepuasan Mahasiswa	Kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa
4.	Penelitian ini: Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan dan Persepsi Biaya Pendidikan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang		-Kualitas Pelayanan -Persepsi Harga -Kepuasan Mahasiswa -Loyalitas Mahasiswa	

Sumber: Dirangkum dari beberapa jurnal, 2013

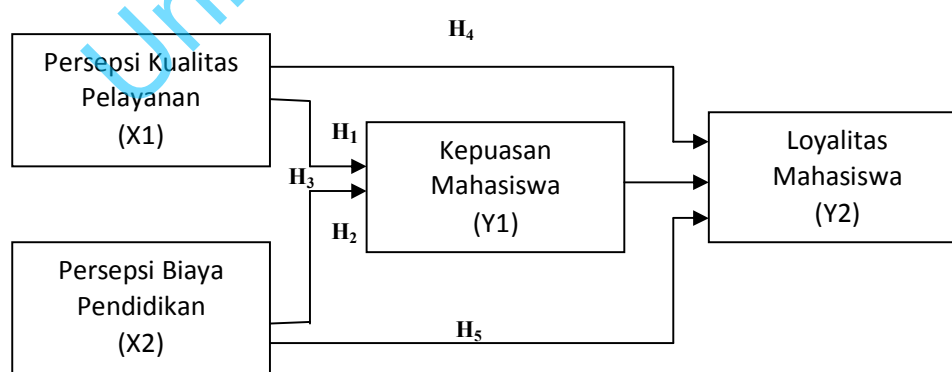
### C. Kerangka Berpikir

Pengukuran kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan dan loyalitas pada mahasiswa sangat penting, sebab dapat digunakan untuk mengetahui seberapa jauh tingkat pelayanan yang diberikan oleh pihak kampus dalam memenuhi harapan dan

memuaskan pelayanan yang diterima. Faktor yang mempengaruhi kepuasan selain kualitas pelayanan adalah persepsi harga. Selanjutnya dengan mengetahui derajat atau tingkat kepuasan yang dirasakan dapat diteliti apakah mahasiswa/i tersebut mempunyai sikap dan perilaku yang loyal atau tidak.

Aspek pertama yang diteliti dalam penelitian ini adalah penilaian kualitas pelayanan berdasarkan pengukuran dimensi pelayanan yang dinyatakan oleh Zeithamal, *et.al.*, (2003). Kedua dari aspek persepsi harga yang dirasakan oleh mahasiswa. Kemudian hasil kedua pengukuran tersebut diatas dianalisis dengan tingkat kepuasan dan loyalitas mahasiswa/i berdasarkan kerangka penelitian yang telah dibuat.

Kepuasan yang dirasakan mahasiswa/i seterusnya dianalisa pengaruhnya terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i dengan analisa regresi variabel mediasi menggunakan metode *causal step* yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (Suliyanto: 2011). Gambaran pengaruh masing-masing variabel dapat dilihat seperti pada Gambar 2.1.



**Gambar 2.1 Kerangka Penelitian**

Sumber: Sumaedi *et.al.* (2011), Baron dan Kenny dalam Suliyanto (2011) yang dikembangkan dalam penelitian ini

Dari gambar hubungan antar variabel pada Gambar 2.1, maka akan didapat model yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\text{Persamaan I : } Y_2 = \alpha_1 + cX_1$$

$$\text{Persamaan II : } Y_1 = \alpha_2 + aX_1$$

$$\text{Persamaan III : } Y_2 = \alpha_3 + cX_1 + eY_1$$

$$\text{Persamaan IV : } Y_2 = \alpha_4 + dX_2$$

$$\text{Persamaan V : } Y_1 = \alpha_5 + bX_2$$

$$\text{Persamaan VI : } Y_2 = \alpha_6 + dX_2 + eY_1$$

$$\text{Persamaan VII: } Y_1 = \alpha_7 + aX_1 + bX_2$$

Keterangan:

- Persamaan I, II, III untuk analisa variabel kepuasan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas.
- Persamaan IV, V, VI untuk analisa variabel kepuasan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya pendidikan terhadap variabel loyalitas.
- Persamaan VII model untuk variabel kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan.

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan tinjauan pustaka dan penjelasan teori-teori, maka penulis mencoba untuk merumuskan hipotesis yang akan diuji kebenarannya, apakah hasil penelitian akan menerima atau menolak hipotesis tersebut.

##### **a. Hipotesis 1**

$H_0$  : Persepsi kualitas pelayanan sebagai prediktor positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

H<sub>1</sub> : Persepsi kualitas pelayanan bukan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

b. Hipotesis 2

H<sub>0</sub> : Persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

H<sub>1</sub> : Persepsi biaya pendidikan bukan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

c. Hipotesis 3

H<sub>0</sub> : Terdapat pengaruh positif antara persepsi kualitas pelayanan mahasiswa/i dan persepsi biaya pendidikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i.

H<sub>1</sub> : Tidak terdapat pengaruh positif antara kepuasan mahasiswa/i dan persepsi biaya pendidikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i.

d. Hipotesis 4

H<sub>0</sub> : Variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i.

H<sub>1</sub> : Variabel kepuasan mahasiswa/i bukan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i.

e. Hipotesis 5

H<sub>0</sub> : Variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya pendidikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i.

H<sub>1</sub> : Variabel kepuasan mahasiswa/i bukan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i.

### E. Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel dependen dan dua variabel independen. Variabel independen yaitu persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen, yaitu variabel kepuasan dan variabel loyalitas, dimana variabel kepuasan mahasiswa/i memediasi variabel loyalitas.

**Tabel 2.4**  
**Variabel Penelitian**

<i>Variable Type</i>	Nama Variabel
<i>Dependent (Y2)</i>	Loyalitas mahasiswa/i
<i>Dependent / Mediator (Y1)</i>	Kepuasan mahasiswa/i
<i>Independent:</i> (X1)	Kualitas pelayanan Dengan sub variabel: - <i>Reliability</i> - <i>Responsiveness</i> - <i>Assurance</i> - <i>Empathy</i> - <i>Tangibility</i>
(X2)	Persepsi biaya pendidikan

Sumber: Hasan, *et. al.* (2008), Sumaedi *et.al.*,(2011) yang dikembangkan dalam penelitian ini.

Variabel independen persepsi kualitas pelayanan terdiri dari lima (5) sub variabel, yaitu *reliability* (X11), *responsiveness* (X12), *assurance* (X13), *empathy* (X14), dan *tangible* (X15). Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diselenggarakan oleh kampus STIE Pembangunan Tanjungpinang yang dirasakan atau dipersepsikan oleh mahasiswa/i.

2. Persepsi harga merupakan evaluasi mahasiswa/i terhadap besarnya total biaya yang mahasiswa/i keluarkan untuk mengikuti perkuliahan dan mendapatkan seluruh pelayanan dengan kesesuaian terhadap keterjangkuan harga, kualitas pendidikan, daya saing dan manfaat yang diterima.
3. Kepuasan mahasiswa/i adalah pernyataan persetujuan perasaan sehubungan dengan semua pertanyaan yang berkaitan dengan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa/i.
4. Loyalitas mahasiswa/i adalah pernyataan persetujuan perasaan terhadap sikap dan perilaku mahasiswa sehubungan dengan indikator loyalitas mahasiswa/i.

Universitas Terbuka

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Jenis penelitian ini berdasarkan tujuannya adalah penelitian deskriptif. Menurut Hermawan (2009) penelitian deskriptif merupakan penelitian yang memaparkan suatu karakteristik tertentu dari suatu fenomena. Berdasarkan prosesnya, penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian kuantitatif jenis penelitian survei *cross-sectional*. Penelitian *cross-sectional* menurut Hermawan (2009) seringkali disebut penelitian sekali bidik (*one snapshot*), yakni penelitian yang pengumpulan datanya dilakukan pada suatu titik waktu tertentu. Maka penelitian ini dilakukan terhadap keadaan dan praktek-praktek yang sedang berlangsung pada waktu yang bersamaan terhadap sejumlah individu atau unit yang dilakukan secara sampel. Penelitian ini secara umum menguji hipotesis dan akan menganalisis pengaruh variabel-variabel untuk mendapatkan determinasi atau pengaruh antara persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa/i pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang.

#### B. Populasi dan Sampel

Menurut Wijaya (2013) populasi memiliki pengertian sebagai seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. Munculnya ide

sampling disebabkan sampel yang sifatnya ekonomis dan cepat, yakni dengan menyeleksi bagian dari elemen-elemen (unsur) populasi, maka kesimpulan tentang keseluruhan populasi akan dapat diperoleh sebaik, secermat dan seakurat seperti jika menggunakan populasi, terutama bila populasinya homogen.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang aktif pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang pada Tahun ajaran 2012-2013 yang terdaftar semenjak semester pertama (I) sebanyak 1.113 mahasiswa/i dan bukan mahasiswa transfer atau pindahan. Hal ini dimaksudkan untuk mengurangi bias hasil penelitian, sebab bagi mahasiswa transfer dipastikan mereka akan mempersepsikan dan membandingkannya dengan kampus lama mereka. Pengambilan data responden adalah mahasiswa yang telah menerima dan mengalami jasa pendidikan, hal ini sejalan dengan konsep *Total Quality Management* yang memandang bahwa mahasiswa sebagai konsumen atau pelanggan yang harus dilayani.

Penentuan jumlah sampel yang dikemukakan oleh Gay dan Diehl dalam Aritonang (2007) untuk penelitian deskriptif dibutuhkan minimal 10 persen dari populasinya. Mengingat populasi penelitian ini terdiri atas tingkatan/angkatan berbeda-beda dimana kelompok tersebut mempunyai karakteristik/sifat-sifat yang hampir sama (homogen), maka metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini diambil secara *proporsional stratified random sampling*, yaitu prosedur *sampling* dimana bagian-bagian sampel diambil dari tingkat yang berbeda secara proposional, dengan jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin (Wijaya: 2013) sebagai berikut:



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

Dimana, n = jumlah sampel

N = populasi

e = *error sampling* (5%)

$$n = \frac{1.113}{1 + (1.113 \times 0,05^2)} = 295 \text{ sampel}$$

dengan demikian jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 295 mahasiswa/i yang terdaftar sebagai mahasiswa sejak semester 1 (bukan mahasiswa transfer).

Metode penelitian ini akan menggunakan metode penelitian survei. Dengan metode ini data dikumpulkan berdasarkan jawaban responden atas daftar pertanyaan yang peneliti ajukan atau melalui daftar pertanyaan (kuesioner). Daftar pertanyaan pada kuesioner terdiri dari empat bagian pertanyaan, yaitu data demografi, persepsi kualitas pelayanan, persepsi biaya pendidikan dan kepuasan serta loyalitas mahasiswa/i.

### C. Instrumen Penelitian

Definisi operasional suatu *concept* atau *construct* merupakan suatu definisi yang menyatakan secara jelas dan akurat mengenai bagaimana suatu *concept* atau *construct* tersebut diukur. Mengoperasionalkan atau mendefinisikan operasional suatu *concept* agar dapat diukur, dilakukan dengan cara melihat dimensi perilaku, aspek atau karakteristik yang ditunjukkan oleh suatu *concept*.

Sebagai variabel bebas (*independent variabel*) dalam penelitian ini adalah: Persepsi Kualitas Pelayanan (X1) dan Persepsi Biaya Pendidikan (X2). Pada variabel persepsi kualitas pelayanan mencakup lima dimensi (sub variabel) yang diadopsi dari Model *SERVQUAL* Parasuraman, yaitu:

- Keandalan (*reliability*): X12, adalah aspek keandalan sistem pelayanan dari kampus yang diberikan kepada mahasiswa. Dalam hal ini apakah jasa yang diberikan sesuai dengan standar-standar umum atau bahkan standar internasional.
- Daya tanggap (*responsiveness*): X13, adalah keinginan untuk membantu mahasiswa dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan tersebut.
- Jaminan (*assurance*): X14, adalah jaminan bahwa jasa yang diberikan memberikan jaminan keamanan, kemampuan sumber daya dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan standar dan lain-lain yang sifatnya memberikan jaminan bahwa seluruh unsur pemberi jasa sesuai dengan apa yang diharapkan
- Empati (*empathy*): X15, berkaitan dengan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan mahasiswa/i.
- Bukti fisik (*tangible*): X11, adalah aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba terkait pelayanan jasa pendidikan yang diberikan oleh kampus.

Sebagai variabel tidak bebas (*dependent variabel*) dalam penelitian ini adalah tingkat kepuasan mahasiswa/i (Y1) dan Loyalitas mahasiswa/i (Y2).

Maksud dari kepuasan mahasiswa/i disini adalah suatu penilaian yang diberikan oleh mahasiswa/i setelah mereka menerima dan merasakan pelayanan dari

pihak kampus tetapi tidak termasuk didalamnya kualitas proses pembelajaran. Adapun dimensi dan indikator kualitas pelayanan serta kepuasan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini diadopsi dan dimodifikasi dari kuesioner penelitian Hasan, *et. al.*, (2008). Untuk indikator kuesioner pada persepsi harga diadopsi dan dimodifikasi dari Stanton dalam Winahyu (2012) dan Dwihapsari (2012) serta indikator loyalitas mahasiswa/i diadopsi dan dimodifikasi dari Purgailis and Zaksa (2012).

**Tabel 3.1**  
**Dimensi/Indikator Variabel**

No	Kuesioner	Sumber Adopsi
X1	Persepsi Kualitas pelayanan ( <i>Independent variabel</i> )	Hasan, <i>et.</i> , <i>al.</i> , (2008)
X11	<b>Keandalan (<i>reliability</i>):</b>	
1	Registrasi yang tepat waktu dan tanpa kesalahan	
2	Kampus menyimpan data-data akademik dengan teliti	
3	Keandalan dosen secara umum, seperti tepat waktu/tidak membatalkan pertemuan/kelas	
4	Staf bersungguh-sungguh dan tulus dalam menyelesaikan masalah pelayanan mahasiswa/i	
5	Kampus memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	
6	Kemampuan/kecakapan para dosen dalam mengajar mahasiswa	
7	Para dosen punya perhatian yang tulus dalam mencari solusi persoalan mahasiswa/i	
X12	<b>Daya tanggap (<i>responsiveness</i>):</b>	
1	Ketersediaan karyawan untuk membantu mahasiswa/i	
2	Ketersediaan dosen untuk membantu mahasiswa/i	

3	Kecakapan dosen untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul
4	Kecakapan staf untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul
5	Saya jarang mesti hilir mudik ketika mencari informasi di kampus
6	Saluran untuk menyampaikan keluhan-keluhan mahasiswa/i tersedia dengan cepat
<b>X13</b>	<b>Jaminan (<i>assurance</i>):</b>
1	Keramah-tamahan dan sopan santun para staf kampus
2	Keramah-tamahan dan sopan santun para dosen kampus
3	Efisiensi /produktifitas penelitian para dosen
4	Dokmen akademis dari dosen terjaga dan terjamin
5	Para dosen yang inovatif dan agen perubahan bagi mahasiswa/i
6	Tingkat keterlibatan kampus terhadap masyarakat
7	Pengetahuan staf kampus pada peraturan dan prosedur akademik
8	Ukuran jaminan keamanan kampus
9	Kemampuan berkomunikasi: pada matakuliah diajarkan dengan baik oleh dosen di kampus
<b>X14</b>	<b>Empati (<i>empathy</i>):</b>
1	Administrasi yang memiliki keterkaitan terbaik di hati mahasiswa/i
2	Akses ke fasilitas komputer mengakomodir kenyamanan mahasiswa/i
3	Akses menuju ruang kelas yang mudah/tdk menyusahkan
4	Staff dengan rela memberi perhatian individu kepada mahasiswa
5	Para dosen simpatik dan mensupport kebutuhan mahasiswa
6	Ruang komputer yang selalu terbuka untuk mahasiswa/i

7	Kampus bertindak adil dan tidak memihak dalam perlakuan individu mahasiswa/i	
<b>X15</b>	<b>Bukti fisik (<i>tangibility</i>):</b>	
1	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para dosen dalam berpakaian	
2	Penataan <i>layout</i> /tata ruang kelas	
3	Penerangan/pencahayaan dalam ruang kelas	
4	Tampilan gedung kuliah dan halaman/pelataran kampus	
5	Tingkat kebersihan kampus secara umum	
6	Peralatan pendukung belajar (infokus, Wi Fi, dll)	
7	Dekorasi dan atmosfir udara	
8	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para karyawan	
9	Ketersediaan tempat/lahan parkir	
10	Kurikulum pendidikan yang <i>up todate</i>	
11	Banyaknya mata kuliah yang ditawarkan	
12	Kecukupan penyediaan laboratorium komputer untuk mahasiswa/i	
13	Keterkinian ( <i>up-to-date</i> ) komputer yang digunakan	
14	Keterkinian ( <i>up to-date</i> ) <i>software</i> komputer yang digunakan	
15	Akses internet	
16	Budaya kampus, keyakinan dan nilai-nilai moral kampus	
17	Buku-buku perpustakaan mencukupi dan memadai	
<b>X2</b>	<b>Persepsi Biaya pendidikan (<i>Independent variabel</i>):</b>	Winahyu (2012) dan Dwihapsari (2012)
1	Biaya pendidikan mempunyai harga terjangkau	
2	Biaya pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan	
3	Biaya pendidikan memiliki daya saing yang baik	
4	Biaya pendidikan sesuai dengan jasa pendidikan yang diberikan	
5	Total biaya pendidikan yang dikeluarkan sesuai dengan manfaat pendidikan	
6	Kualitas jasa pendidikan sudah baik	

<b>Y1</b>	<b>Kepuasan mahasiswa/i (<i>Dependent variabel</i>):</b>	Hasan, <i>et.</i> , <i>al.</i> , (2008)
1	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk kuliah di kampus ini	
2	Jika ada pilihan untuk melakukannya lagi, saya masih akan mendaftar di kampus ini	
3	Pilihan saya mendaftar di kampus ini merupakan yang terbaik	
4	Saya senang dengan keputusan saya mendaftar di kampus ini	
5	Saya telah membuat keputusan yang tepat ketika saya memutuskan untuk mendaftar di kampus ini	
6	Sekarang saya senang menjadi bagian dari kampus ini	
<b>Y2</b>	<b>Loyalitas (<i>Dependent variabel</i>):</b>	Purgailis <i>and</i> Zaksa (2012)
1	Saya menganjurkan orang lain yang ingin kuliah untuk memilih jurusan/program studi	
2	Saya merekomendasikan orang lain untuk kuliah di kampus	
3	Saya senantiasa berkomentar hal yang positif perihal institusi kampus	
4	Saya akan mengikuti kuliah sampai selesai atau tamat	
5	Saya tetap akan kuliah walaupun uang kuliah lebih mahal	
6	Saya memberi masukan atau saran kepada dosen dan staf tentang kampus	

#### D. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Teknik kuesioner ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang luas dengan memperhatikan ruang lingkup dalam penelitian ini. Bentuk pertanyaan dalam kuesioner bersifat tertutup, dengan demikian jawaban dari setiap pertanyaan disediakan pilihan jawaban sesuai dengan persepsi dan perasaan responden. Kuesioner berisi lima bagian utama meliputi: profil demografi, persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, persepsi kepuasan mahasiswa/i dan loyalitas mahasiswa/i.

Kuesioner disusun dalam bentuk daftar pertanyaan yang menggunakan skala Likert dengan tingkatan skala pengukuran menggunakan skala interval dimana nantinya alat analisis yang digunakan bila skala interval adalah analisis statistik parametrik (Suliyanto: 2011, Aritonang: 2007). Agar kuesioner persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan dan loyalitas diberlakukan sebagai skala interval, maka cukup menulis dua alternatif tanggapan diposisi sebelah paling kiri dan diposisi paling kanan, yaitu:

	STM					SM
	1	2	3	4	5	
...pernyataan .....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

STM = Sangat Tidak Memuaskan, diberi skor 1

SM = Sangat Memuaskan, diberi skor 5

### E. Metode Analisis Data

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat ukur yang akurat dan dapat dipercaya. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur, sedangkan reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten, apabila pengukuran terhadap aspek yang sama pada alat ukur yang sama atau disebut juga *internal consistency reliability*.

Pada penelitian ini, uji reliabilitas alat ukur yang akan digunakan adalah dengan menggunakan *Cronbach's alpha*. Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat *reliable*. Jika nilai dari *Cronbach's alpha*  $\geq 0,7$  menunjukkan bahwa pengukuran yang kita gunakan dianggap *reliable* (Hermawan: 2009) artinya jawaban responden akan cenderung sama, walaupun diberikan kepada

orang dan bentuk pertanyaan berbeda. *Cronbach's alpha* dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\alpha = \frac{k r}{1 + (k - 1) r}$$

Dengan  $r$  adalah rata-rata korelasi antar item dan  $k$  jumlah item.

Sementara itu jenis validitas pengukuran dalam penelitian ini terkait dengan validitas konstruksi (*construct validity*). Validitas konstruksi ini lebih terarah pada pertanyaan mengenai apa yang sebenarnya diukur oleh alat pengukur yang ada. Dengan kata lain, validitas konstruksi berkaitan dengan pengertian, kegunaan, atau manfaat dan asosiasi variable-variabel terukur atau teramati tersebut dengan sebuah variabel tidak terukur atau lebih yang menjadi sasaran utama, yang secara teoritis dinyatakan mempunyai asosiasi. Validitas pengukuran ditentukan dari nilai *Corrected Item-Total Correlation*, yaitu nilai korelasi antar item bersangkutan dengan sebuah item lainnya. Sehubungan dengan itu, Cronbach menyatakan bahwa bila korelasi skor suatu butir dengan skor totalnya lebih besar dari 0,2, maka pernyataan tersebut dikatakan valid atau bila butir instrumen tersebut memiliki korelasi  $r$  lebih besar dibandingkan dengan nilai  $r$ -tabel, maka butir instrumen tersebut valid (Wijaya: 2013). Makin tinggi korelasi antara skor butir dengan skor totalnya, makin baik instrumen tersebut (Aritonang: 2007). Umumnya satu item atau butir instrumen dinyatakan valid jika memiliki nilai korelasi skor butir dengan skor totalnya lebih dari 0,3. Meskipun demikian para pakar juga menyatakan bahwa harga validitas item dapat sebesar 0,5 (Idrus: 2009).

Terkait dengan sifat penelitian ini yaitu menggambarkan secara deskriptif dan pengujian hipotesis, maka data yang telah diolah, disajikan dalam bentuk tabel-



tabel frekuensi, grafik dan menggunakan statistik analitik untuk selanjutnya dianalisis lebih lanjut. Untuk mencari keterkaitan antara variabel-variabel pada model dalam penelitian ini, data yang terkumpul akan dianalisis secara deskriptif dengan regresi linear untuk analisa variabel sebagai prediktor dan regresi linear berganda untuk analisa asosiasi variabel. Analisis regresi bertujuan untuk mengetahui koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan koefisien regresi.

### 1. Analisis regresi linear

Regresi adalah salah satu teknik untuk mengukur asosiasi linear antara variabel dependen dan variabel independen. Salah satu teknik matematika sederhana yang menggambarkan hubungan antara X dan Y adalah metode *least square*, dimana prosedur yang digunakan pada metode *least square* menghasilkan garis lurus yang meminimisasi deviasi jumlah kuadrat (*sum of square*) nilai aktual terhadap nilai prediksi garis regresi. Simbol  $\varepsilon$  digunakan untuk menunjukkan deviasi atau nilai residu. Regresi linear sederhana merupakan regresi dengan hanya satu variabel independen rumus atau model matematikanya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

Dimana, Y = variabel dependen (kepuasan mahasiswa/i)

X = variabel independen (kualitas pelayanan atau persepsi harga)

a = konstanta

b = koefisien variabel

$\varepsilon$  = nilai residu

Apabila variabel independennya lebih dari satu, maka digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda ini berguna untuk menganalisis besarnya kontribusi masing-masing variabel independen terhadap tingkat kepuasan. Metode

yang digunakan juga adalah metode *least square*, dimana penggunaan metode kuadrat terkecil ini harus didasarkan pada asumsi regresi linier normal klasik, yaitu: uji normalitas (nilai rata-rata kesalahan adalah nol), uji tidak ada autokorelasi, uji homokedasitas, dan uji tidak ada multikolinearitas (Hermawan: 2009, Wijaya: 2013).

Persamaan regresi linear berganda yang dipakai adalah:

$$Y_1 = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Dimana,  $Y_1$  = kepuasan mahasiswa/i

$X_1$  = kualitas pelayanan

$X_2$  = persepsi harga

$a$  = konstanta

$b_1$  = koefisien variabel kualitas pelayanan

$b_2$  = koefisien variabel persepsi harga

$\epsilon$  = nilai residu

Beberapa hal yang perlu dianalisis berkaitan dengan analisis regresi adalah sebagai berikut (Suliyanto: 2011):

a. Persamaan regresi

Persamaan regresi digunakan untuk menggambarkan model hubungan antar variabel bebas dengan variabel bergantungnya. Persamaan regresi ini memuat konstanta (*intercept*), nilai koefisien regresi (*slope*), variabel dependen dan variabel independen.

b. Nilai Prediksi

Nilai prediksi merupakan besarnya nilai variabel dependen yang diperoleh dari prediksi dengan menggunakan persamaan regresi yang telah terbentuk.

c. Koefisien determinasi

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependennya. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependennya.

d. Kesalahan baku estimasi

Merupakan satuan yang digunakan untuk menentukan besarnya tingkat penyimpangan dari persamaan regresi yang terbentuk dengan nilai aktualnya. Semakin tinggi nilai kesalahan baku estimasi, maka semakin lemah persamaan regresi tersebut untuk digunakan sebagai alat prediksi.

e. Kesalahan baku koefisien regresi

Kesalahan baku koefisien regresi digunakan untuk menunjukkan tingkat penyimpangan dari masing-masing koefisien regresi. Semakin tinggi nilainya, maka semakin lemah variabel tersebut untuk dimasukkan dalam model persamaan regresi.

f. Nilai F hitung

Nilai F hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai F hitungnya memenuhi kriteria yang telah ditentukan, maka model persamaan regresi masuk dalam kriteria cocok atau *fit*.

g. Nilai t hitung

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial (per variabel) terhadap variabel dependen. Jika memenuhi kriteria yang telah ditentukan,

maka variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

#### h. Kesimpulan

Dari tahapan yang telah dilakukan diatas, maka ditarik kesimpulan apakah hasil analisis variabel independen yang diuji memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Disamping itu kesimpulan juga menyatakan apakah model regresi yang terbentuk masuk dalam kriteria cocok (*fit*) atau tidak.

## 2. Analisis regresi variabel mediasi

Analisa regresi variabel mediasi menggunakan metode *causal step* untuk mengetahui variabel kepuasan memediasi variabel loyalitas mahasiswa. Untuk hal ini dapat dijelaskan bahwa hubungan dua variabel seringkali harus dijelaskan melalui variabel lain. Misalnya untuk menjelaskan bagaimana upah dapat meningkatkan kinerja karyawan, maka perlu dijelaskan dengan variabel lain yang berada di antaranya, yaitu variabel motivasi kerja. Dalam hal ini variabel mediasi atau *intervening* merupakan variabel antara atau *mediating*, berfungsi memediasi hubungan antara variabel independen (*predictor*) dengan variabel dependen (*predictand*) (Suliyanto, 2011). Dari kerangka penelitian yang telah digambarkan sebelumnya, maka persamaan-persamaan yang digunakan untuk analisis variabel mediasi adalah sebagai berikut:

$$\text{Persamaan I} : Y_2 = \alpha_1 + cX_1$$

$$\text{Persamaan II} : Y_1 = \alpha_2 + aX_1$$

$$\text{Persamaan III} : Y_2 = \alpha_3 + cX_1 + eY_1$$

$$\text{Persamaan IV} : Y_2 = \alpha_4 + dX_2$$

Persamaan V :  $Y1 = \alpha5 + bX2$

Persamaan VI :  $Y2 = \alpha6 + dX2 + eY1$

dimana,  $Y1 =$  Kepuasan mahasiswa/i

$Y2 =$  Loyalitas mahasiswa/i

$X1 =$  Kualitas pelayanan

$X2 =$  Persepsi harga

$\alpha1, \alpha2, \alpha3, \alpha4, \alpha5, \alpha6 =$  konstanta

$a,b,c,d,e =$  koefisien variabel

Keterangan:

- Persamaan II, model untuk persepsi kualitas pelayanan sebagai prediktor variabel kepuasan mahasiswa/i.
- Persamaan I,II,III untuk analisa variabel kepuasan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas.
- Persamaan V, model untuk persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor variabel kepuasan mahasiswa/i.
- Persamaan IV,V,VI untuk analisa variabel kepuasan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya pendidikan terhadap variabel loyalitas.
- Persamaan VII model untuk variabel kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan.

Dalam penelitian ini analisa regresi variabel mediasi menggunakan metode *causal step* yang dikembangkan oleh Baron dan Kenny (Suliyanto: 2011), dimana variabel  $Y1$  dinyatakan sebagai variabel mediasi atau *intervening* antara variabel  $X1$  terhadap variabel  $Y2$ , jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Jika persamaan I,  $X1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y2$  ( $c \neq 0$ ).

- b. Jika persamaan II,  $X_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_1$  ( $a \neq 0$ ).
- c. Jika persamaan III,  $X_1$  dan  $Y_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  ( $e \neq 0$ ).

Analisis regresi mediasi dengan metode *causal step* dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Membuat persamaan regresi variabel bebas ( $X_1$ ) terhadap variabel bergantung ( $Y_2$ ).
- b. Membuat persamaan regresi variabel bebas ( $X_1$ ) terhadap variabel mediasi ( $Y_1$ ).
- c. Membuat persamaan regresi variabel bebas ( $X_1$ ) terhadap variabel tergantung ( $Y_2$ ) dengan memasukkan variabel mediasi ( $Y_1$ ) dalam persamaan.
- d. Menarik kesimpulan dengan kriteria, bila nilai variabel mediasi yang tadinya signifikan (sebelum memasukkan variabel mediasi) lalu setelah memasukkan variabel mediasi koefisien menjadi nol pada persamaan III, maka variabel dinyatakan sebagai variabel mediasi sempurna (*perfect mediation*), tetapi bila nilai koefisien menurun atau mendekati nol, maka dinyatakan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*).

Uji-uji lainnya yang diperlukan dalam penelitian ini adalah uji asumsi data berupa uji normalitas, uji multikolinieritas sebagai uji korelasi antara dua variabel, uji heteroskedastisitas serta uji linieritas. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah terstandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto: 2011). Nilai residual terstandarisasi yang berdistribusi normal jika digambarkan dengan bentuk kurva akan membentuk gambar lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Untuk

mendeteksi apakah nilai residual terstandarisasi normal atau tidak, maka dapat digunakan metode analisis grafik dan metode statistik.

Pengujian linieritas perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Untuk mendeteksi apakah model sebaiknya menggunakan persamaan linier atau tidak, maka digunakan metode grafik dan metode statistik.

Pengujian multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi tinggi atau sempurna diantara variabel independen, maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier. Salah satu cara melakukan uji multikolinieritas ini dengan menggunakan nilai *Pair-Wise Correlation* antar variabel independen. Uji ini dilakukan dengan melihat nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen. Jika nilai koefisien korelasi antar masing-masing variabel independen tidak lebih dari 0,7 maka model tersebut tidak mengandung gejala multikolinieritas.

Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan), sebaliknya bila varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan), maka disebut dengan homoskedastisitas. Dalam model regresi yang diharapkan adalah yang homoskedastisitas. Gejala heteroskedastisitas sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *cross section* (Suliyanto: 2011). Untuk menguji adanya masalah heteroskedastisitas dapat menggunakan metode analisis grafik dan metode statistik. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21 dengan mengamati *scatterplot* di mana sumbu horizontal menggambarkan nilai *Predicted Standardized* dan sumbu

vertikal menggambarkan nilai *Residual Standarized*. Jika *scatterplot* membentuk pola tertentu, hal ini menunjukkan adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk. Sebaliknya bila *scatterplot* menyebar secara acak, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang dibentuk.

Selanjutnya pengujian hipotesis: yaitu pengujian hipotesis secara parsial menggunakan t test dan pengujian hipotesis secara simultan menggunakan F test, dimana seluruh analisis data menggunakan tingkat kepercayaan 95%. Nilai t hitung digunakan untuk menguji apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel bergantung atau tidak. Dikatakan suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibanding nilai t tabel (Suliyanto: 2011). Untuk menghitung besarnya nilai t hitung digunakan rumus berikut:

$$t = \frac{b_j}{S_{b_j}}$$

dimana, t = Nilai t hitung

$b_j$  = Koefisien regresi

$s_{b_j}$  = Kesalahan baku koefisien regresi

Nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model atau *goodness of fit*, apakah model persamaan yang terbentuk masuk dalam kriteria cocok (*fit*) atau tidak. Uji F ini juga sering disebut sebagai uji simultan, yaitu untuk menguji apakah variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel bergantung atau tidak. Untuk menghitung nilai F hitung digunakan rumus sebagai berikut:



$$F = \frac{R^2/(K-1)}{1-R^2/(N-K)}$$

Dimana, F = Nilai F hitung

$R^2$  = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel

n = Jumlah sampel

bila nilai F hitung besar dari nilai F tabel, maka disimpulkan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk masuk kriteria cocok atau *fit*.

### 3. Pengukuran kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan dan loyalitas

Pengukuran sikap mahasiswa/i dalam kaitannya dengan pernyataan-pernyataan yang tertulis dalam lembar kuesioner pada penelitian ini dilakukan dengan cara *directly reported satisfaction*, yakni pengukuran melalui item-item pertanyaan yang spesifik dengan mengharapkan respon langsung terhadap tingkat kualitas pelayanan yang telah dirasakan dan persepsi harga dengan menggunakan skala Likert dengan skor 1 sangat tidak puas dan skor 5 sangat puas. Serta untuk tingkat kepuasan yang dirasakan mahasiswa/i dan tingkat terhadap sikap dan perilaku loyalitas yang dirasakan oleh mahasiswa/i juga menggunakan pengukuran skala Likert dimana skor 1 untuk kategori sangat tidak setuju dan skor 5 sebagai sangat setuju. Seluruh pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer SPSS Versi 21.

## **BAB IV**

### **TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi STIE Pembangunan Tanjungpinang**

STIE Pembangunan Tanjungpinang berdomisili di Jl. R.H. Fisabilillah No. 34 Tanjungpinang merupakan salah satu pendidikan tinggi di ibu kota Propinsi Kepulauan Riau di bawah naungan Yayasan Pembangunan Pendidikan KEPRI dengan izin penyelenggaraan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional No. 160/D/O/2008 tanggal 5 Agustus 2008 yang menyelenggarakan tiga Program- studi, yaitu S1 Program Studi Manajemen, S1 Program Studi Akuntansi, dan D3 Program Studi Akuntansi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan Tanjungpinang ini sebelumnya merupakan Akademi Akuntansi Pembangunan (AAP) yang menyelenggarakan hanya satu program studi D3 Akuntansi dengan izin penyelenggaraan berdasarkan Surat Keputusan Mendikbud RI N0. 10/D/O/1998 tanggal 23 Maret 1998 dengan status terdaftar melalui Koordinator Perguruan Tinggi Swasta Wilayah X Padang. Pada tahun 2012 semua program studi sudah terakreditasi dengan memperoleh peringkat C oleh Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN PT).

Visi STIE Pembangunan Tanjungpinang adalah menjadi perguruan tinggi yang unggul dalam pendidikan ekonomi dan bisnis serta menjadi pusat penelitian dan pengabdian pada masyarakat di bidang ekonomi dan bisnis yang dilandasi wawasan global dalam upaya menghasilkan sarjana dan sarjana muda yang berkepribadian, berintegritas dan profesional. Berdasarkan visi di atas, maka misi yang diemban oleh STIE Pembangunan adalah:

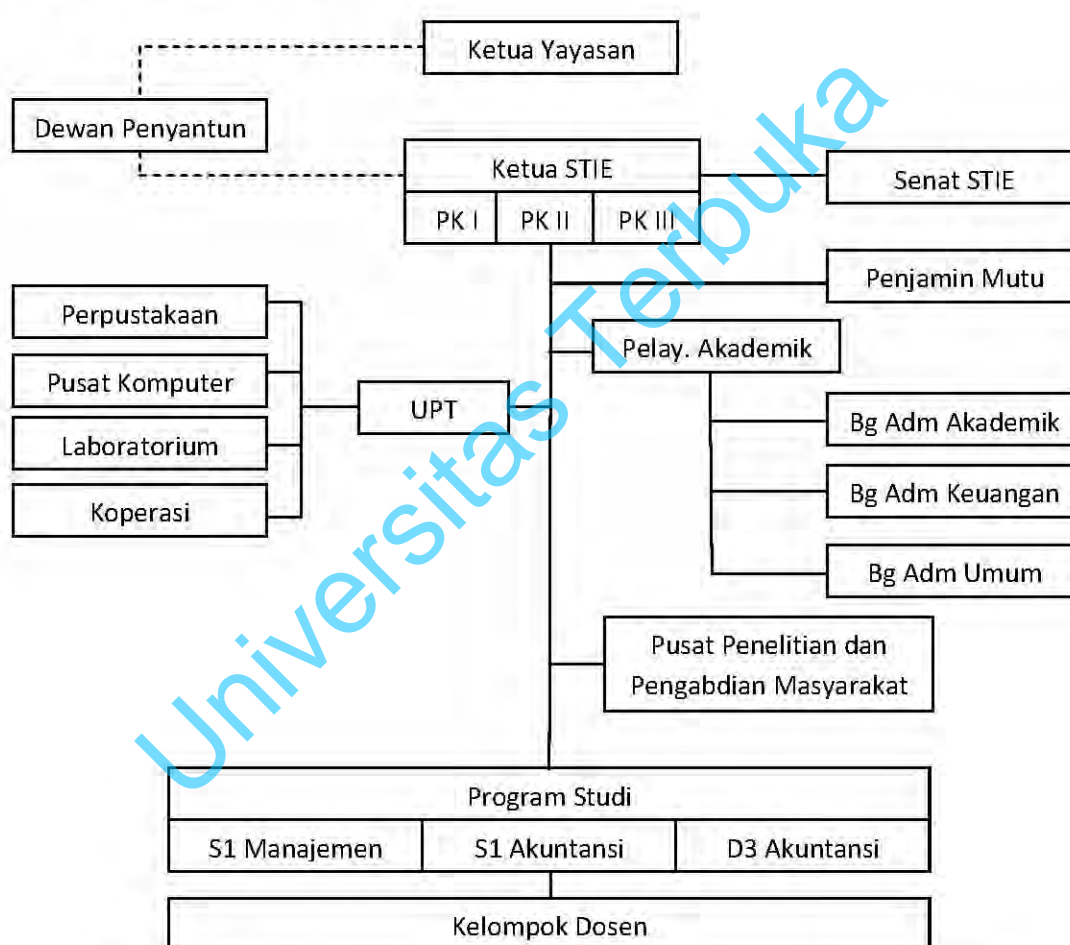
- a. Sebagai pusat pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis yang terakreditasi dan kredibel, yang mengedepankan penalaran, keterampilan dan budi pekerti berbasis kompetensi.
- b. Sebagai pusat pengembangan dan penelitian ilmu ekonomi dan bisnis yang handal.
- c. Mengembangkan implementasi sistem, kualitas layanan dan pengabdian di bidang ilmu ekonomi dan bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- d. Mendukung perencanaan dan pelaksanaan pengembangan sumber daya manusia dalam upaya mencerdaskan kehidupan bangsa Indonesia.
- e. Menjalin hubungan kerjasama antar perguruan tinggi dan instansi lain baik didalam maupun luar negeri dalam rangka mencapai kualitas yang unggul dan dapat bersaing secara nasional.

Berdasarkan visi dan misi di atas, maka tujuan STIE Pembangunan adalah:

- a. Menghasilkan lulusan di bidang ekonomi dan bisnis sebagai sumberdaya manusia yang memiliki kemampuan dan keterampilan sehingga mampu menemukan, memahami, menjelaskan, dan tanggap dalam merumuskan penyelesaian masalah-masalah yang berkaitan dengan ekonomi dan bisnis.
- b. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan keterampilan di bidang ekonomi dan bisnis melalui penyelenggaraan tri dharma perguruan tinggi.
- c. Mengembangkan sikap dan perilaku lulusan yang cakap, profesional, beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME, memiliki disiplin, tanggung jawab dan pengabdian yang tinggi, serta kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat.

Untuk mencapai visi tersebut STIE Pembangunan Tanjungpinang secara konsisten dan berkesinambungan memperbaiki dan terus meningkatkan mutu pendidikan melalalui perubahan dan penyempurnaan kurikulum, penyempurnaan

proses pembelajaran dan penyempurnaan sistem penilaian nilai, peningkatan penyediaan dan penyempurnaan prasarana dan kelengkapan fisik, penyediaan dosen yang bermutu dengan kualifikasi minimal berpendidikan S2, dan lain-lain. Selanjutnya dalam rangka operasionalisasi institusi dan mencapai tujuan tersebut STIE Pembangunan telah menyiapkan SDM yang struktur organisasinya seperti tampak pada Gambar 4.1.



**Gambar 4.1 Struktur Organisasi STIE Pembangunan Tanjungpinang**

Sumber: Buku Panduan Akademik STIE Pembangunan, 2010

Sebagai organisasi swasta yang mandiri, saat ini di tahun ajaran 2012-2013 jumlah tenaga kerja yang ada pada STIE Pembangunan Tanjungpinang adalah sebanyak 18 tenaga dosen tetap merangkap jabatan struktural, lebih dari 40 orang

tenaga dosen luar biasa, 12 orang tenaga pelayanan dan 4 orang tenaga sekuriti merangkap *office boy*. Jumlah tenaga kerja yang cukup ramping ini diharapkan dapat melayani penyelenggaraan pendidikan dan seluruh pelayanan yang ada pada kampus STIE Pembangunan Tanjungpinang.

Proses pembelajaran di kelas diselenggarakan pada dua gedung, yaitu gedung A (utama) dan gedung B. Gedung utama merupakan gedung lama yang diperuntukkan bagi program studi S1 Akuntansi dan program studi S1 Manajemen. Rata-rata daya tampung tiap kelas pada gedung A ini sebanyak 40 mahasiswa yang dilengkapi satu ruang satu infokus dan kipas angin. Sedangkan gedung B diperuntukkan bagi program studi D3 Akuntansi dengan rata-rata daya tampung tiap kelas sebanyak 25 mahasiswa, dimana tiap ruang dilengkapi dengan satu infokus dan fasilitas AC.

Guna melengkapi sarana dan prasarana pendukung proses pembelajaran mahasiswa, maka disediakan ruang perpustakaan yang dengan fasilitas AC, buku-buku dan referensi-referensi yang cukup memadai. Juga disediakan fasilitas akses internet, laboratorium komputer, dan lain-lain.

## **B. Deskripsi Data Penelitian**

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang yang terdaftar sejak semester pertama. Kuesioner dibagikan kepada sejumlah 295 mahasiswa/i dengan metode *proporsional stratified random sampling*, yaitu prosedur *sampling* dimana bagian-bagian sampel diambil dari tingkat yang berbeda secara proporsional. Dengan demikian dari tiap responden diperoleh data mengenai identitas jenis kelamin, tingkat studi atau lama studi, pilihan program studi,

dan data pernyataan persepsi kualitas pelayanan, persepsi harga, tingkat kepuasan yang dirasakan responden dan derajat loyalitas. Lembar kuesioner dapat dilihat pada Lampiran 2. Adapun rangkuman proporsi data responden dari hasil pengolahan data ditampilkan pada Tabel 4.1. berikut:

**Tabel 4.1**  
**Profil Responden**

Variabel	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Pria	111	37,63%
Wanita	184	62,37%
Tingkat		
I	129	43,73%
II	84	28,47%
III	51	17,29%
IV	31	10,51%
Prodi		
S1 Manajemen	116	39,32%
S1 Akuntansi	159	53,90%
D3 Akuntansi	20	6,78%
Kelas		
Pagi	40	13,56%
Sore	53	17,97%
Malam	202	68,47%

Sumber: Data Olahan (2013)

Berdasarkan data dan informasi pada Tabel 4.1, responden umumnya wanita, studi pada Tingkat I pada Prodi Akuntansi dan mengambil kelas malam hari.

### C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian instrumen penelitian terdiri atas pengujian validitas dan reliabilitas. Sebelum mengambil data penelitian terhadap keseluruhan sampel, maka kuesioner dalam penelitian ini terlebih dahulu telah diuji cobakan terhadap 30 sampel dengan hasil validitas dan reliabilitas valid, kemudian 30 sampel uji coba tersebut sekaligus dijadikan bagian sampel dalam penelitian ini.

### 1. Uji validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi pada *Corrected Item-Total Correlation*. Pengujian validitas terhadap variabel penelitian dilakukan dengan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 21, dimana bila nilai *Corrected Item-Total Correlation* butir instrumen dalam variabel tersebut  $> 0,3$ , maka butir instrumen tersebut valid. Adapun hasil uji validitas terhadap variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian**

Variabel	Sub Variabel	No.	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	Status
Kualitas Pelayanan	Keandalan	1	0,321	Valid
		2	0,470	Valid
		3	0,382	Valid
		4	0,477	Valid
		5	0,538	Valid
		6	0,431	Valid
		7	0,403	Valid
	Daya Tanggap	1	0,465	Valid
		2	0,516	Valid
		3	0,406	Valid
		4	0,479	Valid
		5	0,403	Valid
		6	0,483	Valid
	Jaminan	1	0,469	Valid
		2	0,503	Valid
		3	0,500	Valid
		4	0,401	Valid
		5	0,450	Valid
		6	0,496	Valid
		7	0,489	Valid
		8	0,414	Valid
9		0,419	Valid	

	Empati	1	0,461	Valid
		2	0,614	Valid
		3	0,356	Valid
		4	0,495	Valid
		5	0,503	Valid
		6	0,511	Valid
		7	0,439	Valid
	Bukti fisik	1	0,366	Valid
		2	0,468	Valid
		3	0,413	Valid
		4	0,554	valid
		5	0,475	valid
		6	0,559	valid
		7	0,491	valid
		8	0,373	valid
		9	0,439	Valid
		10	0,514	Valid
Persepsi Biaya Pendidikan	11	0,450	Valid	
	12	0,604	Valid	
	13	0,570	Valid	
	14	0,580	Valid	
	15	0,532	Valid	
	16	0,462	Valid	
	17	0,282	Tidak valid	
Kepuasan Mahasiswa/i	1	0,726	Valid	
	2	0,794	Valid	
	3	0,764	Valid	
	4	0,766	Valid	
	5	0,781	Valid	
	6	0,597	Valid	
	1	0,744	Valid	
	2	0,572	valid	
	3	0,772	valid	
	4	0,836	valid	
	5	0,835	valid	
	6	0,746	valid	



Loyalitas Mahasiswa/i	1	0,490	valid
	2	0,606	valid
	3	0,554	valid
	4	0,450	valid
	5	0,330	valid
	6	0,293	Tidak valid

Sumber: Data Olahan (2013)

Hasil pengujian validitas terhadap butir pertanyaan variabel kualitas pelayanan menunjukkan terdapat 1 butir pertanyaan pada dimensi fisik yang tidak valid, yaitu pada butir 17 (pernyataan buku-buku perpustakaan sudah memadai) dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebesar 0,282. Hal ini dapat dijelaskan, karena tidak semua mahasiswa telah memanfaatkan fasilitas perpustakaan.

Hasil pengujian validitas terhadap butir pertanyaan variabel persepsi biaya pendidikan (X2) menunjukkan semua butir mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3. Dengan demikian semua butir pertanyaan pada variabel persepsi biaya pendidikan adalah valid, bahkan dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk persepsi biaya pendidikan antara 0,5977 hingga 0,794 menunjukkan butir-butir pertanyaan persepsi biaya pendidikan baik tingkat validitasnya.

Hasil pengujian validitas terhadap butir pertanyaan variabel kepuasan mahasiswa/i (Y1) menunjukkan semua butir mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,3. Dengan melihat nilai *Corrected Item-Total Correlation* untuk kepuasan mahasiswa/i antara 0,572 hingga 0,836, hal ini menunjukkan butir-butir pertanyaan kepuasan mahasiswa baik tingkat validitasnya.

Hasil pengujian validitas terhadap butir pertanyaan variabel loyalitas mahasiswa.i menunjukkan terdapat satu pertanyaan pada butir 6 (pernyataan saya memberi masukan kepada dosen dan staf tentang kampus) dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebesar 0,293. Hal ini dapat dijelaskan, karena pernyataan tersebut mengandung bias makna, kata masukan yang digunakan tidak dengan spesifik menyebutkan dalam bentuk apakah masukan berupa moril, materil atau sekedar saran dan pendapat.

Berdasarkan hasil pengujian validitas seluruh variabel dalam penelitian ini, maka butir pernyataan yang dinyatakan valid menjadi sebanyak 62 pernyataan, yaitu yang mempunyai nilai *Corrected Item-Total Correlation*  $> 0,3$ . Disamping itu dengan memperhatikan secara keseluruhan nilai *Corrected Item-Total Correlation*, maka hanya butir pernyataan kualitas pelayanan yang kurang baik bila dibandingkan dengan butir pernyataan variabel-variabel lainnya.

## 2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Cronbach's alpha*. Statistik ini berguna untuk mengetahui apakah pengukuran yang dibuat reliabel. Pengujian reliabilitas terhadap variabel dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi pengolah data SPSS 21. Jika nilai dari *Cronbach's alpha*  $\geq 0,7$  menunjukkan bahwa pengukuran yang kita gunakan dianggap reliable. Hasil *output* yang disajikan pada Tabel 4.3 menunjukkan semua variabel mempunyai nilai *Cronbach's alpha*  $\geq 0,7$  dengan demikian semua variabel reliable dan layak digunakan dalam penelitian ini.

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel**

Variabel	Sub Variabel	Jumlah	Cronbach's alpha	Status
Kualitas Pelayanan	Keandalan	7	0,721	Reliable
	Daya Tanggap	6	0,723	Reliable
	Jaminan	9	0,774	Reliable
	Empati	7	0,764	Reliable
	Bukti Fisik	16	0,860	Reliable
Persepsi Biaya Pendidikan		6	0,904	Reliable
Kepuasan Mahasiswa/i		6	0,902	Reliable
Loyalitas Mahasiswa/i		5	0,700	Reliable

Sumber: data diolah (2013)

#### D. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan pengumpulan, penyusunan dan penyajian ringkasan data penelitian yang diringkas dengan baik dan teratur baik dalam bentuk tabel atau presentasi grafik, sebagai dasar untuk berbagai pengambilan keputusan (Wijaya: 2013). Analisis berupa penyajian data dengan tabel maupun distribusi frekuensi, grafik garis maupun batang, penjelasan kelompok melalui modus, mean, dan variasi kelompok dengan rentang dan simpangan baku, digunakan untuk menggambarkan kondisi yang sesungguhnya terkait kualitas pelayanan, persepsi harga, kepuasan mahasiswa/i dan loyalitas mahasiswa/i. Pengukuran persepsi responden menggunakan interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Kelas Interval}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan interval di atas, maka penafsiran dari kelas-kelas interval persepsi responden adalah seperti pada Tabel 4.4.

**Tabel 4.4**  
**Pengukuran Persepsi Responden dengan Skala Interval**

<b>Interval</b>		<b>Interpretasi Kualitas Pelayanan</b>
1,00 – 1,79	:	Kualitas pelayanan sangat tidak baik
1,80 – 2,59	:	Kualitas pelayanan tidak baik
2,60 – 3,39	:	Kualitas pelayanan sedang
3,40 – 4,19	:	Kualitas pelayanan baik
4,20 – 5,00	:	Kualitas pelayanan sangat baik
<b>Interval</b>		<b>Interpretasi Persepsi Biaya Pendidikan</b>
1,00 – 1,79	:	Biaya pendidikan sangat tidak puas
1,80 – 2,59	:	Biaya pendidikan tidak puas
2,60 – 3,39	:	Biaya pendidikan sedang
3,40 – 4,19	:	Biaya pendidikan puas
4,20 – 5,00	:	Biaya pendidikan sangat puas
<b>Interval</b>		<b>Interpretasi Kepuasan Mahasiswa/i</b>
1,00 – 1,79	:	Mahasiswa/i sangat tidak puas
1,80 – 2,59	:	Mahasiswa/i tidak puas
2,60 – 3,39	:	Mahasiswa/i kurang puas
3,40 – 4,19	:	Mahasiswa/i puas
4,20 – 5,00	:	Mahasiswa/i sangat puas
<b>Interval</b>		<b>Interpretasi Loyalitas Mahasiswa/i</b>
1,00 – 1,79	:	Mahasiswa/i sangat tidak loyal
1,80 – 2,59	:	Mahasiswa/i tidak loyal
2,60 – 3,39	:	Mahasiswa/i kurang loyal
3,40 – 4,19	:	Mahasiswa/i loyal
4,20 – 5,00	:	Mahasiswa/i sangat loyal

### 1. Analisis deskriptif kualitas pelayanan

Deskripsi frekuensi data persepsi kualitas pelayanan dapat dilihat pada rincian hasil tabulasi tanggapan responden yang diolah dengan bantuan aplikasi SPSS 21 pada Tabel 4.8. Melalui tabel tabulasi dan persentase tersebut dapat diketahui kriteria interpretasi kualitas pelayanan mahasiswa/i. Tujuan dari analisis ini untuk menggambarkan tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan yang diukur melalui 45 butir pertanyaan yang terbagi dalam 5 skala. Adapun hasil analisis deskriptif dari kualitas pelayanan (X1) ditampilkan pada Tabel 4.5.

**Tabel 4.5**  
**Tanggapan Responden Terkait Kualitas Pelayanan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	0	0,0	0.0
1,80 – 2,59	Tidak baik	19	6.4	6.4
2,60 – 3,39	Sedang	124	42.0	48.5
3,40 – 4,19	Baik	132	44.7	93.2
4,20 – 5,00	Sangat baik	20	6.8	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>3,52</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,718</b>		

Sumber: Data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut, terutama dengan *mean* nilai kategori sebesar 3,52 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang secara umum masuk dalam kategori baik. Namun dengan memperhatikan masih terdapat 48,5% responden yang menyatakan dalam kategori sedang dan tidak baik maka dengan informasi ini dapat dikatakan masih banyakk responden yang mempersepsikan kualitas pelayanan di bawah angka rata-rata. Dengan keadaan ini sudah seharusnya pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang bekerja keras untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa/i. Selanjutnya untuk menganalisa lebih lanjut untuk menentukan kualitas pelayanan mana yang menjadi prioritas, maka perlu dianalisa masing-masing dimensi kualitas pelayanan, seperti yang diuraikan berikut ini:

#### **a. Keandalan**

Tanggapan responden mengenai keandalan kualitas pelayan dapat dilihat lebih rinci pada Tabel 4.6.

**Tabel 4.6**  
**Tanggapan Responden Terkait Keandalan Kualitas Pelayanan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	3	1.0	1.0
1,80 – 2,59	Tidak baik	45	15.3	15.3
2,60 – 3,39	Sedang	87	29.5	29.5
3,40 – 4,19	Baik	135	45.8	45.8
4,20 – 5,00	Sangat baik	25	8.5	8.5
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>3,45</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,887</b>		

Sumber: data diolah (2013)

Tabel 4.6 menunjukkan nilai *mean* kategori sebesar 3,45 berada dalam kategori baik sesuai dengan mayoritas responden yang menyatakan dimensi keandalan kualitas pelayanan masuk dalam kategori baik dengan 135 responden atau sebesar 45,8 %. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi keandalan kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori baik (kurus). Namun karena *mean* kategori sebesar 3,45 yang hanya 0,05 melewati kategori baik, ini sebenarnya dapat diindikasikan bahwa dimensi keandalan masih sedang. Disamping itu juga terdapat 45,8% responden yang menjawab dalam kategori sedang, ini berarti hampir separoh responden menyatakan kategori sedang. Dengan demikian, sudah seharusnya pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang meningkatkan kualitas pelayanannya pada dimensi keandalan, karena dimensi keandalan ini merupakan dimensi yang paling utama dan paling penting bagi keberhasilan perusahaan jasa atau organisasi jasa. Dari rata-rata butir pernyataan dimensi keandalan, maka yang memerlukan prioritas perbaikan pelayanan adalah keandalan dosen secara umum tidak tepat waktu atau tidak membatalkan pertemuan.

### b. Daya tanggap

Tanggapan responden mengenai dimensi daya tanggap kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.7.

**Tabel 4.7**  
**Tanggapan Responden Terkait Daya Tanggap Kualitas Pelayanan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	5	1.7	1.7
1,80 – 2,59	Tidak baik	37	12.5	14.2
2,60 – 3,39	Sedang	124	42.0	56.3
3,40 – 4,19	Baik	110	37.3	93.6
4,20 – 5,00	Sangat baik	19	6.4	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>			<b>3,34</b>	
<b>Standar Deviasi</b>			<b>0,842</b>	

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi keandalan kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori sedang, karena *mean* kategori sebesar 3,34 berada pada kategori sedang dan terdapat 56,2% responden yang menyatakan sedang, tidak baik dan sangat tidak baik. Artinya lebih dari separoh responden yang menyatakan sedang. Dengan demikian sudah seharusnya pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang meningkatkan kualitas pelayanannya melalui peningkatan pada dimensi daya tanggap. Dimana dimensi daya tanggap ini merupakan dimensi kedua yang penting bagi keberhasilan perusahaan jasa atau organisasi jasa. Dari rata-rata butir pernyataan dimensi daya tanggap, maka yang memerlukan prioritas perbaikan pelayanan adalah saluran untuk menyampaikan keluhan-keluhan harus tersedia dengan cepat.

### c. Jaminan

Tanggapan responden mengenai dimensi jaminan kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.8.

**Tabel 4.8**  
**Tanggapan Responden Terkait Jaminan Kualitas Pelayanan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	2	0.7	0.7
1,80 – 2,59	Tidak baik	8	2.7	3.4
2,60 – 3,39	Sedang	71	24.1	27.5
3,40 – 4,19	Baik	152	51.5	79.0
4,20 – 5,00	Sangat baik	62	21.0	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>			<b>3,89</b>	
<b>Standar Deviasi</b>			<b>0,782</b>	

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi jaminan kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori baik, karena *mean* kategori sebesar 3,89 berada dalam kategori baik dan sebesar 72,5% responden menyatakan dimensi jaminan masuk dalam kategori baik dan sangat baik. Namun demikian, demi untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa/i pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang hendaknya terus meningkatkan kualitas pelayanannya pada dimensi jaminan.

### d. Empati

Tanggapan responden mengenai dimensi empati kualitas pelayan dapat dilihat pada Tabel 4.9.



**Tabel 4.9**  
**Tanggapan Responden Terkait Empati Kualitas Pelayanan**

<b>Interval</b>	<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>	<b>Kumulatif (%)</b>
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	4	1.4	1.4
1,80 – 2,59	Tidak baik	62	21.0	22.4
2,60 – 3,39	Sedang	115	39.0	61.4
3,40 – 4,19	Baik	92	31.2	92.5
4,20 – 5,00	Sangat baik	22	7.5	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>3,22</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,91</b>		

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi empati kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori sedang, karena *mean* kategori sebesar 3,22 masuk dalam kategori sedang dan sebesar 61,4% responden menyatakan sedang, tidak baik dan sangat tidak baik. Artinya lebih dari separoh responden yang menyatakan bahwa dimensi empati masih sedang. Dengan demikian sudah seharusnya pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang meningkatkan kualitas pelayanannya melalui peningkatan pada dimensi empati. Terutama yang memerlukan prioritas perbaikan pelayanan adalah yang nilai rata-ratanya rendah (lihat Lampiran 3), yaitu akses ke fasilitas komputer belum mengakomodir kenyamanan mahasiswa dan kerelaan staf dalam memberi perhatian individu kepada mahasiswa/i.

#### **e. Bukti fisik**

Tanggapan responden mengenai dimensi bukti fisik kualitas pelayanan dapat dilihat pada Tabel 4.10.

**Tabel 4.10**  
**Tanggapan Responden Terkait Bukti Fisik Kualitas Pelayanan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	0	0,0	1.4
1,80 – 2,59	Tidak baik	28	9.5	9.5
2,60 – 3,39	Sedang	116	39.3	48.8
3,40 – 4,19	Baik	128	43.4	92.2
4,20 – 5,00	Sangat baik	23	7.8	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>3,49</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,773</b>		

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa dimensi bukti fisik kualitas pelayanan mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori baik namun masih tergolong kategori kurang, karena dengan *mean* kategori sebesar 3,49 hanya sebesar 0,09 melewati kategori baik dan terdapat 48,8% responden yang menyatakan sedang, tidak baik dan sangat baik. Maka sudah seharusnya manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang meningkatkan kualitas pelayanannya melalui peningkatan pada dimensi bukti fisik. Terutama yang memerlukan prioritas perbaikan pelayanan terhadap bukti fisik adalah yang nilai rata-ratanya rendah, yaitu (1) kecukupan penyediaan laboratorium komputer, (2) keterkinian (*up-to-date*) komputer, (3) keterkinian (*up-to-date*) software komputer, dan (4) akses fasilitas internet.

## 2. Analisis deskriptif persepsi biaya pendidikan

Pernyataan responden mengenai persepsi biaya pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.11.

**Tabel 4.11**  
**Tanggapan Responden Terkait Persepsi Biaya Pendidikan**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak baik	8	2.7	2.7
1,80 – 2,59	Tidak baik	26	8.8	11.5
2,60 – 3,39	Sedang	54	18.3	29.8
3,40 – 4,19	Baik	158	53.6	83.4
4,20 – 5,00	Sangat baik	49	16.6	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>3,73</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,935</b>		

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa persepsi biaya pendidikan masuk dalam kategori baik, karena *mean* kategori sebesar 3,73 masuk kategori baik dan sebesar 70,2% responden termasuk dalam kategori baik dan sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak ada masalah yang serius terkait biaya pendidikan pada STIE Pembangunan Tanjungpinang.

### 3. Analisis deskriptif kepuasan mahasiswa/i

Pernyataan persetujuan responden mengenai tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa/i dapat dilihat pada Tabel 4.12.

**Tabel 4.12**  
**Tanggapan Responden Terkait Tingkat Kepuasan Mahasiswa/i**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak puas	2	0.7	0.7
1,80 – 2,59	Tidak puas	11	3.7	4.4
2,60 – 3,39	Kurang puas	30	10.2	14.6
3,40 – 4,19	Puas	169	57.3	71.9
4,20 – 5,00	Sangat puas	83	28.1	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>4,08</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,767</b>		

Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang merasa puas. Hal ini dapat dikatakan puas, karena *mean* kategori tingkat kepuasan sebesar 4,08 yang berada dalam range kategori puas. Dan dengan menjumlahkan yang puas sebesar 57.3% dengan yang merasa sangat puas sebesar 28.1%, maka total sebesar 85,4% responden menyatakan merasa puas dan sangat puas.

#### 4. Analisis deskriptif loyalitas mahasiswa/i

Pernyataan persetujuan responden mengenai komitmen tingkat loyalitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

**Tabel 4.13**  
**Tanggapan Responden Terkait Tingkat Loyalitas Mahasiswa/i**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase	Kumulatif (%)
1,00 – 1,79	Sangat tidak loyal	0	0.0	0.0
1,80 – 2,59	Tidak loyal	4	1.4	1.4
2,60 – 3,39	Kurang loyal	27	9.2	10.5
3,40 – 4,19	Loyal	152	51.5	62.0
4,20 – 5,00	Sangat loyal	112	38.0	100.0
<b>Jumlah</b>		<b>295</b>	<b>100%</b>	
<b>Mean</b>		<b>4,26</b>		
<b>Standar Deviasi</b>		<b>0,677</b>		

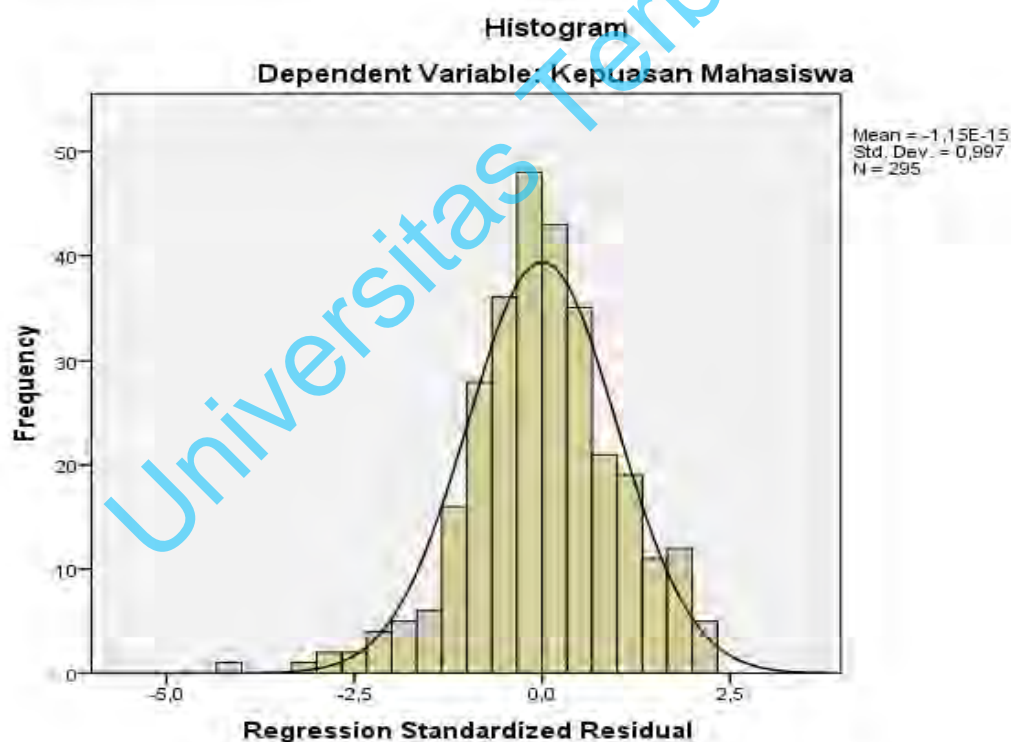
Sumber: data diolah (2013)

Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa mahasiswa/i di STIE Pembangunan Tanjungpinang mempunyai sikap dan perilaku loyal terhadap kampus. Hal ini dapat dijelaskan dengan *mean* kategori adalah sebesar 4,26 yang berarti masuk kategori sangat loyal dan sebesar 88,5% responden menyatakan bersikap dan berperilaku loyal dan sangat loyal.

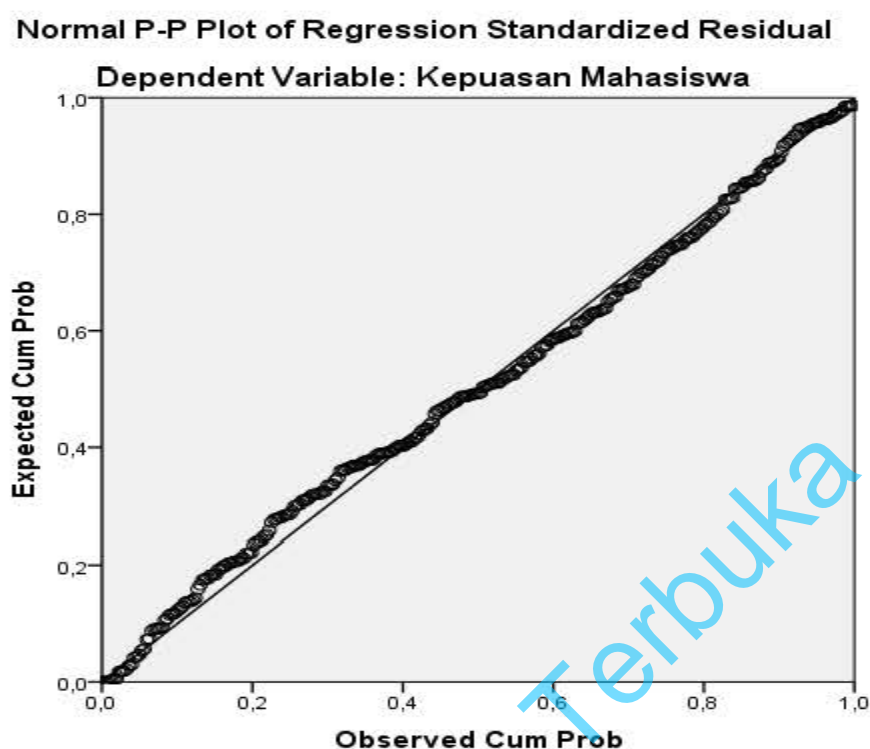
## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan melalui analisis grafik yang menggunakan diagram histogram, dimana variabel dependen sebagai sumbu vertikal dan nilai residual terstandarisasi sebagai sumbu horizontal. Jika *Histogram Standardized Regression Residual* membentuk kurva seperti lonceng, maka nilai residual tersebut dinyatakan normal. Pengujian normalitas dengan analisis grafik menggunakan aplikasi SPSS 21 yang hasilnya seperti tampak pada Gambar 4.2 dan Gambar 4.3.



Gambar 4.2. *Histogram Standardized Residual*



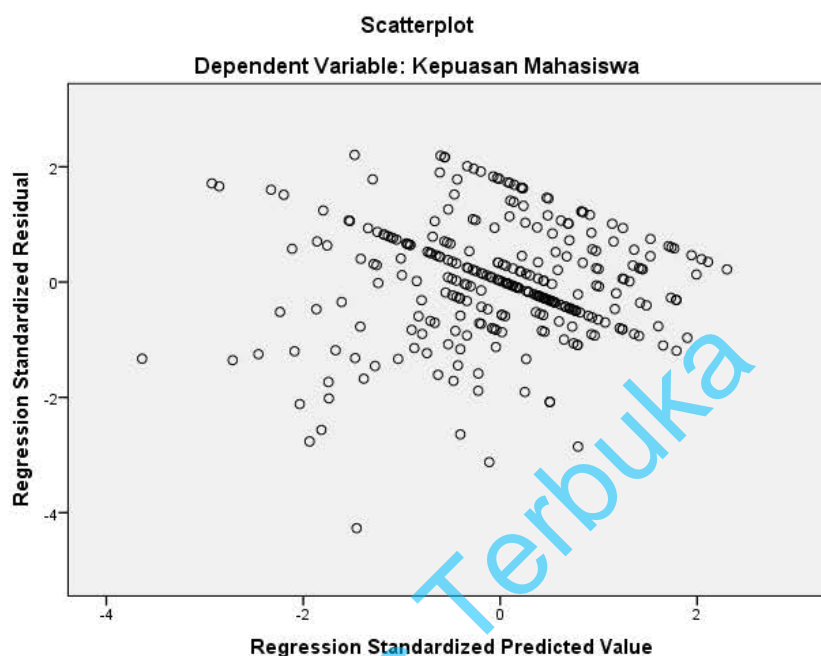
**Gambar 4.3. Normal P-P Plot Regression Standarized**

Berdasarkan tampilan histogram terlihat bahwa kurva independen dan *regression standarized residual* membentuk gambar seperti lonceng serta berdasarkan tampilan *Normal P-P Plot Regression Standarized* terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan meskipun terdapat sedikit penyimpangan.

## 2. Uji linieritas

Pengujian linieritas dalam penelitian ini menggunakan metode grafik, dimana pengamatan dilakukan dengan mengamati *scatterplot*, dimana sumbu horizontal menggambarkan nilai prediksi terstandarisasi (*ZPRED*) sedangkan sumbu vertikal menggambarkan nilai residual terstandarisasi (*ZRESID*). Asumsi linier terpenuhi jika plot antara nilai residual terstandarisasi dengan nilai prediksi terstandarisasi tidak

membentuk suatu pola tertentu. Hasil *output* uji linieritas dengan metode grafik dengan bantuan aplikasi SPSS 21 ditampilkan pada Gambar 4.4.



Gambar 4.4. Uji Linieritas dengan *Scatterplot*

Berdasarkan tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak, tetapi tampak membentuk pola pada plot-plot yang saling berhimpit seolah-olah sebahagian plot membentuk garis lurus. Namun dengan adanya pola yang menyebar secara acak, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk adalah linier.

Untuk memperkuat uji linieritas, maka dilakukan uji linieritas lainnya dengan Metode Ramsey. Bila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka disimpulkan model regresi yang terbentuk adalah linier. Hasil *output* dengan bantuan aplikasi SPSS 21 adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14 Nilai  $R^2_{old}$** **Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,563 <sup>a</sup>	,317	,312	,56804

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

**Tabel 4.15 Nilai  $R^2_{new}$** **Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,717 <sup>a</sup>	,514	,509	,494

a. Predictors: (Constant), DFFIT, Persepsi Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan

$$F_{hitung} = \frac{(R^2_{new} - R^2_{old})/m}{(1 - R^2_{new})/(n-k)}$$

dimana, m = jumlah variabel bebas yang baru masuk (DFF\_1) = 1

n = jumlah sampel = 295

k = banyak parameter = 3

$$F_{hitung} = \frac{(0,514 - 0,317)/1}{(1 - 0,514)/(295-3)} = 118,3621$$

Nilai  $F_{tabel}$  dihitung dengan menggunakan aplikasi Ms. Excel dengan formula =  $F_{inv}(\alpha; df1; df2)$ , dimana  $df1$  = jumlah variabel bebas = 2,  $df2$  = jumlah sampel - (jumlah variabel bebas + 1) = 295 - 3 = 292. Dengan demikian  $F_{tabel} = F_{inv}(0,05; 2; 292) = 3,0266$ . Dengan demikian  $F_{hitung} (118,3621) > F_{tabel} (3,0266)$  berarti dapat disimpulkan, model regresi yang terbentuk adalah linier.



### 3. Uji autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*times-series*) atau ruang (*cross section*). Untuk menguji ada tidaknya masalah autokorelasi dari model empiris yang diestimasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (Uji D-W). Pengambilan kesimpulan keputusan pada asumsi ini memerlukan dua nilai bantu yang diperoleh dari tabel Durbin-Watson, yaitu nilai  $dL$  dan  $dU$  dengan  $K =$  jumlah variabel bebas dan  $n =$  ukuran sampel. Jika nilai Durbin-Watson berada di antara nilai  $dU$  hingga  $(4-dU)$  berarti asumsi tidak terjadi autokorelasi (Suliyanto: 2011).

Dari tabel Durbin-Watson pada tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ),  $n = 290$  dan  $n=300$  serta  $k = 2$ , maka dengan cara interpolasi untuk  $n = 295$  diperoleh nilai  $dL=1,79542$  dan  $dU = 1,82272$ . Berdasarkan nilai  $dL$  dan  $dU$  dapat dihitung nilai  $4dU=4-1,82272 = 2,17728$  dan nilai  $4-dL = 4-1,79542 = 2,20458$ . Untuk menentukan ada bahwa model regresi ada atau tidaknya masalah autokorelasi dapat dilihat dalam tabel pengukuran Durbin-Watson berikut:

**Tabel 4.16**  
**Kriteria Pengujian Autokorelasi Durbin-Watson**

DW	Kesimpulan
$< dL$	Ada autokorelasi (+)
$dL \text{ s.d } dU$	Tanpa kesimpulan
$dU \text{ s.d } 4-dU$	Tidak ada otokorealsi
$4-dU \text{ s.d. } 4-dL$	Tanpa kesimpulan
$\text{➤ } 4-dL$	Ada autokorelasi (-)

Sumber: Suliyanto (2011)

Selanjutnya pengujian gejala autokorelasi dengan uji Durbin-Watson dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 21 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Uji Autokorelasi Durbin-Watson**

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,563 <sup>a</sup>	,317	,312	,56804	1,787

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Biaya Pendidikan

b. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Dari tabel uji autokorelasi didapat nilai Durbin-Watson (DW) = 1,787 yang nilainya lebih kecil dari  $dL = 1,79542$ , dengan demikian karena  $DW < dL$  dapat disimpulkan adanya gejala autokorelasi (+).

#### 4. Uji multikolinieritas

Pengujian gejala multikolinieritas pada penelitian ini menggunakan nilai *Pair-Wise Correlation* dengan bantuan aplikasi SPSS 21 dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Uji Multikolinieritas Nilai *Pair-Wise Correlation***

Coefficient Correlations<sup>a</sup>

Model		Persepsi Biaya Pendidikan
1	Correlations	Persepsi Biaya Pendidikan
	Covariances	Persepsi Biaya Pendidikan
		1,000
		,001

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

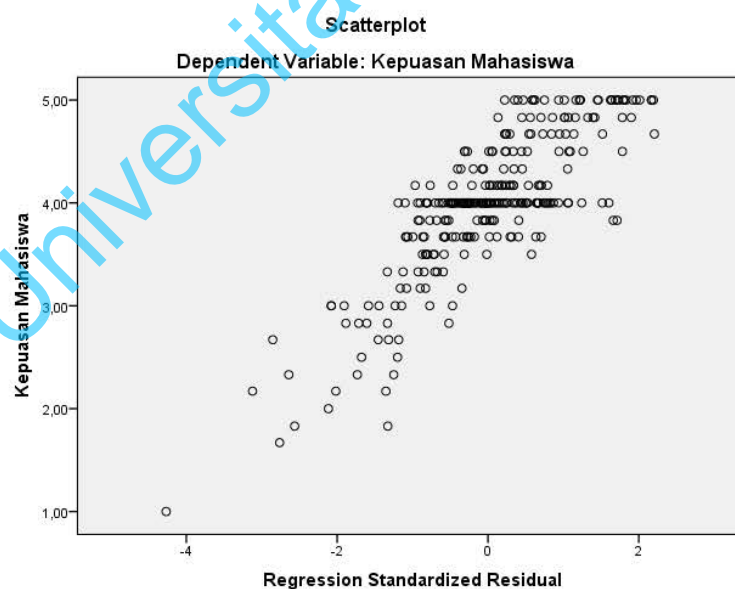
Berdasarkan *output* pada *Coefficient Correlations* terlihat bahwa koefisien *Pair-Wise Correlation* antara variabel independen, yaitu persepsi biaya pendidikan dan kualitas pelayanan sebesar 0,001. Nilai ini lebih kecil dari 0,70, sehingga disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk tidak mengalami gejala multikolinieritas.

## 5. Uji heteroskedastisitas

Pengujian gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik. Dasar analisisnya sebagai berikut (Ghozali, 2005 dalam Winahyu: 2012):

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka hal ini mengindikasikan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan bantuan aplikasi SPSS 21 tampak pada Gambar 4.5.



**Gambar 4.5. *Regression Standardized Predicted Value***

Berdasarkan tampilan pada *scatterplot* terlihat bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun di bawah angka nol pada sumbu *Regression Standardized Residual*.

Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **F. Pengujian Hipotesis**

Hasil pengujian dari asumsi klasik yang dilakukan sebagai syarat dalam analisis penelitian membuktikan bahwa:

- a. Dari uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal
- b. Dari uji linieritas menunjukkan bahwa terbukti model regresi benar adalah linier
- c. Dari uji autokorelasi terbukti bahwa terdapat gejala autokorelasi (+), karena nilai  $DW < dl$ .
- d. Dari uji multikolinieritas terbukti bahwa tidak terdapat hubungan antar variabel independen persepsi biaya pendidikan dengan kualitas pelayanan, hal ini berarti kedua variabel saling independen.
- e. Dari uji heteroskedastisitas terbukti dalam model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Dari hasil uji asumsi klasik tidak terpenuhinya syarat pada uji autokorelasi tidak menjadi masalah untuk melanjutkan pengujian hipotesis dengan metode parametrik regresi linier berganda. Hal ini disebabkan (1) Uji linieritas jarang digunakan pada berbagai penelitian yang bila hubungan variabel sudah diketahui sebelumnya sebagai hubungan linier. Jadi biasanya model dibentuk berdasarkan telaah teoritis dan penelitian terdahulu. Maka berdasarkan teori dan penelitian terdahulu menyebutkan bahwa hubungan antara variabel independennya (kualitas pelayanan dan harga) terhadap variabel dependen (kepuasan) adalah linear, (2) Uji autokorelasi

hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. (Wahyuni: 2010).

## 1. Analisis regresi linier berganda

### a. Model regresi persepsi kualitas pelayanan sebagai prediktor kepuasan

Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan sebagai prediktor kepuasan mahasiswa/i, maka terlebih dahulu perlu mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa/i secara parsial dan pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan. Metode yang digunakan adalah metode *backward*, dimana dalam metode ini prosedur pengolahan data diawali dengan memasukkan semua variabel dimensi kualitas pelayanan, kemudian dianalisis, akhirnya variabel yang tidak layak dikeluarkan satu persatu (Santoso: 2004) dalam Miryati (2009).

Metode *backward* dalam analisis ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS 21, dimana berdasarkan hasil *output*, analisis dilakukan dengan 3 model, yaitu pada model 1, semua variabel dimensi pelayanan (X11=keandalan, X12=daya tanggap, X13=jaminan, X14=empati, X15=bukti fisik) dimasukkan sebagai variabel independen dan variabel kepuasan mahasiswa/i (Y1) dimasukkan sebagai variabel dependen dalam persamaan regresi. Pada model 2, variabel yang dikeluarkan dari model regresi adalah variabel keandalan (X11). Sedangkan pada model 3, yang dikeluarkan adalah variabel keandalan (X11) dan variabel bukti fisik (X15). Dengan melewati 3 tahap analisis regresi ternyata variabel independen yang layak dimasukkan dalam persamaan regresi adalah variabel daya tanggap (X12), variabel

jaminan (X13) dan variabel empati (X14). Dengan demikian model regresi kualitas pelayanan sebagai prediktor kepuasan mahasiswa/i adalah:

$$Y1 = a + bX12 + cX13 + dX14 + \varepsilon$$

Untuk menguatkan analisis dari *output* ini, maka perlu dilakukan uji t untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan regresi benar-benar mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil pengujian dengan bantuan aplikasi SPSS 21 dapat dilihat pada Lampiran 5 dan hasil akhir metode *backward* dapat dilihat pada Tabel 4.19.

**Tabel 4.19**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Dimensi Kualitas Pelayanan-Kepuasan Mahasiswa/i**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,500	,258		5,804	,000
	Rata-Rata butir keandalan	,063	,082	,058	,764	,445
	Rata-Rata butir daya tanggap	,119	,073	,118	1,624	,105
	Rata-Rata butir jaminan	,300	,091	,240	3,298	,001
	Rata-Rata butir empati	,138	,081	,135	1,698	,091
	Rata-Rata butir bukti fisik	,097	,089	,080	1,088	,278
2	(Constant)	1,511	,258		5,863	,000
	Rata-Rata butir daya tanggap	,145	,065	,143	2,220	,027
	Rata-Rata butir jaminan	,319	,088	,255	3,644	,000
	Rata-Rata butir empati	,140	,081	,138	1,733	,084
	Rata-Rata butir bukti fisik	,108	,088	,089	1,220	,223
3	(Constant)	1,632	,238		6,846	,000
	Rata-Rata butir daya tanggap	,155	,065	,153	2,387	,018
	Rata-Rata butir jaminan	,334	,087	,267	3,837	,000
	Rata-Rata butir empati	,192	,069	,188	2,773	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Dengan demikian dari nilai *coefficients* pada Tabel 4.19 dapat disusun suatu model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y1 = a + bX12 + cX13 + dX14 + \epsilon$$

$$Y1 = 1,632 + 0,155X12 + 0,334X13 + 0,192X14 + \epsilon$$

dimana,  $Y1$  = Kepuasan Mahasiswa

$X12$  = Daya Tanggap

$X13$  = Jaminan

$X14$  = Empati

$a$  = konstanta,  $b, c, d$  = koefisien regresi

$\epsilon$  = residual

Nilai koefisien dari persamaan regresi linier berganda tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

- 1) Konstanta ( $a$ ) sebesar 1,632; artinya bahwa apabila daya tanggap ( $X12$ ), jaminan ( $X13$ ), dan empati ( $X14$ ) nilainya 0, maka kepuasan mahasiswa nilainya adalah 1,632.
- 2) Koefisien regresi ( $b$ ) variabel daya tanggap ( $X12$ ) sebesar 0,155; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel daya tanggap ( $X12$ ) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i ( $Y1$ ) sebesar 0,155. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel daya tanggap dengan variabel kepuasan mahasiswa/i. Semakin naik nilai variabel daya tanggap akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.
- 3) Koefisien regresi ( $c$ ) variabel jaminan ( $X13$ ) sebesar 0,334; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel jaminan ( $X13$ ) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i ( $Y1$ ) sebesar 0,334. Koefisien bernilai positif artinya

terjadi hubungan positif antara variabel jaminan dengan variabel kepuasan mahasiswa/i. Semakin naik nilai variabel jaminan akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.

- 4) Koefisien regresi (d) variabel empati (X14) sebesar 0,192; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel empati (X13) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i (Y1) sebesar 0,192. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel empati dengan variabel kepuasan. Semakin naik nilai variabel empati akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.

Dari koefisien regresi berganda ini dapat diketahui bahwa dimensi jaminan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa/i dan diikuti dimensi empati, dan dimensi daya tanggap. Dengan demikian hal ini mengindikasikan bahwa dimensi daya tanggap, dimensi jaminan dan dimensi empati merupakan keunggulan pelayanan yang dimiliki STIE Pembangunan Tanjungpinang dalam rangka mencapai kepuasan mahasiswa/i. Sebaliknya STIE Pembangunan juga harus berusaha meningkatkan jenis pelayanan pada dimensi keandalan dan dimensi bukti fisik agar dapat memuaskan kebutuhan mahasiswa/i.

#### **b. Model regresi persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor kepuasan**

Hasil *output* yang salah satunya adalah tabel *coefficients* pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara bersama-sama terhadap kepuasan mahasiswa/i ditampilkan pada Tabel 4.20.



**Tabel 4.20**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,486	,218		6,820	,000
1 Kualitas Pelayanan	,489	,071	,384	6,894	,000
Persepsi Biaya Pendidikan	,232	,049	,266	4,774	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Dari tabel *coefficients* pada Tabel 4.20 dapat disusun suatu persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = a + bX_1 + cX_2 + \epsilon$$

$$Y_1 = 1,486 + 0,489X_1 + 0,232X_2 + \epsilon$$

Keterangan:  $Y_1$  = Kepuasan mahasiswa  
 $X_1$  = Kualitas Pelayanan  
 $X_2$  = Persepsi biaya pendidikan  
 $a$  = konstanta,  $b, c$  = koefisien regresi  
 $\epsilon$  = residual

Nilai-nilai koefisien regresi yang signifikan di  $Sig < 0,05$  dari persamaan regresi linier berganda tersebut mempunyai makna:

- 1) Konstanta ( $a$ ) sebesar 1,486; artinya bahwa apabila kualitas pelayanan ( $X_1$ ), persepsi biaya pendidikan ( $X_2$ ) nilainya 0, maka kepuasan mahasiswa nilainya adalah 1,486.
- 2) Koefisien regresi ( $b$ ) variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 0,489; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i ( $Y_1$ ) sebesar 0,489. Koefisien

bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan mahasiswa/i. Semakin naik nilai variabel kualitas pelayanan akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.

- 3) Koefisien regresi (c) variabel persepsi biaya pendidikan (X2) sebesar 0,232; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel persepsi biaya pendidikan (X2) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i (Y1) sebesar 0,232. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel persepsi biayapendidikan dengan variabel kepuasan mahasiswa/i. Semakin naik nilai variabel persepsi biaya pendidikan akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.

Dari koefisien regresi berganda ini dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 0,489 merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa/i bila dibandingkan dengan variabel persepsi biaya pendidikan yang hanya memiliki nilai koefisien sebesar 0,232.

## 2. Uji simultan model regresi (uji F)

Dalam uji simultan model regresi (Uji F) harus diketahui nilai  $F_{hitung}$  yang dapat dilihat dari tabel Anova hasil regresi linier berganda pada Tabel 4.21.

**Tabel 4.21**  
**Nilai  $F_{hitung}$  Regresi Berganda**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	44,234	2	22,117	68,939	,000 <sup>b</sup>
Residual	93,681	292	,321		
Total	137,915	294			

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui nilai  $F_{hitung}(68,939)$ . Nilai  $F_{tabel}$  dihitung dengan menggunakan aplikasi Ms. Excel dengan formula= $F_{inv}(\alpha;df1;df2)$ , dimana  $df1$ =jumlah variabel bebas = 2,  $df2$ =jumlah sampel – (jumlah variabel bebas+1) =  $295-3 = 292$ . Dengan demikian  $F_{tabel}=F_{inv}(0,05;2;292)= 3,0266$ . Karena  $F_{hitung}(68,939) > F_{tabel} (3,0266)$  dan mempunyai nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,005 dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Berarti melalui uji ini menerima hipotesis ke-3 dalam penelitian ini: kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan secara simultan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

### 3. Uji parsial model regresi (uji t)

Dari hasil uji t dapat diketahui nilai t hitung masing-masing variabel independen. Selanjutnya dilakukan uji secara parsial terhadap masing-masing variabel independen terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i.

#### a. Uji parsial model regresi variabel kualitas pelayanan

Langkah-langkah pengujian untuk mengetahui hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan mahasiswa/i adalah sebagai berikut:

##### 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0=0$ , artinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i

$H_1 \neq 0$ , artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i

##### 2) Menentukan taraf signifikansi

Menentukan taraf signifikansi, dimana dalam penelitian ini = 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

##### 3) Menentukan $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$

- Dari tabel *Coefficients* didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,894 (Tabel 4.20)

- Menentukan  $t_{hitung}$ , tabel distribusi t dicari dengan menggunakan tingkat signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dalam uji 2 sisi dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k - 1$  yang berarti  $295 - 2 - 1 = 292$  ( $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Dari uji 2 sisi menggunakan aplikasi Ms. Excel ( $=\text{tinv}(0,025*2;292)$ ) dengan signifikansi 0,025 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,650.

#### 4) Pengambilan keputusan

$H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

$H_1$  ditolak apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

#### 5) Hasil pengujian

Dengan nilai  $t_{hitung}$  (6,894) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,650) berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i. Dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i dengan demikian menerima hipotesis ke-1 dalam penelitian ini: kualitas pelayanan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

#### b. Uji parsial model regresi variabel persepsi biaya pendidikan

Langkah-langkah pengujian untuk mengetahui hubungan antara variabel persepsi biaya pendidikan dengan variabel kepuasan mahasiswa/i adalah sebagai berikut:

##### 1) Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0=0$ , artinya persepsi biaya pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i

$H_1 \neq 0$ , artinya persepsi biaya pendidikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i

## 2) Menentukan taraf signifikansi

Menentukan taraf signifikansi, dimana dalam penelitian ini = 0,05 ( $\alpha=5\%$ )

## 3) Menentukan $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$

- Dari tabel *Coefficients* didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,774 (Tabel 4.20)
- Menentukan  $t_{hitung}$ , tabel distribusi t dicari dengan menggunakan tingkat signifikansi  $0,05/2 = 0,025$  dalam uji 2 sisi dengan derajat kebebasan (df) =  $n - k - 1$  yang berarti  $295 - 2 - 1 = 292$  (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel independen). Dari uji 2 sisi menggunakan aplikasi Ms. Excel (=tinv(0,025\*2;292)) dengan signifikansi 0,025 diperoleh nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,650.

## 4) Pengambilan keputusan

$H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$

$H_1$  ditolak apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

## 5) Hasil pengujian

Dengan nilai  $t_{hitung}$  ( 4,774) lebih besar dari  $t_{tabel}$  (1,650) berarti  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Ini berarti bahwa persepsi biaya pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i. Dari hasil pengujian dapat dilihat bahwa secara parsial persepsi biaya pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i. Pengujian ini secara empiris menerima hipotesis ke-2 dalam penelitian ini: persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.

#### 4. Analisis koefisien determinasi

Koefisien determinasi (*R Square*) yang berada di interval (0,1) berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Apabila nilai *R Square* kecil atau mendekati nol, berarti kemampuan variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan hampir tidak ada. Jika nilai *R Square* mendekati satu, berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Hasil *output* nilai *R Square* dengan bantuan aplikasi SPSS 21 ditampilkan pada Tabel 4.21.

**Tabel 4.22**  
**Koefisien Determinasi Regresi Berganda**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 <sup>a</sup>	,321	,316	,56641

a. Predictors: (Constant), Persepsi Biaya Pendidikan, Kualitas Pelayanan

Dari Tabel 4.22 diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*R Square*) atau koefisien determinasi adalah 0,321. Ini berarti sumbangan pengaruh variabel independen adalah sebesar 32,1% terhadap variabel dependen. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa variabel dependen kepuasan mahasiswa/i dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan persepsi biaya pendidikan (X2) dengan persentasi sebesar 32,1% sedangkan sisanya sebesar 67,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk selanjutnya perlu dikaji dan diteliti faktor-faktor lain apa saja yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i agar STIE Pembangunan Tanjungpinang dapat bersaing dan unggul. Mengutip dari Lovelock, *et.al.*, (2004) dalam Sumaedi, *et.al.*, (2011) faktor-faktor

lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i adalah citra kampus, kehidupan sosial-personal, dan kehidupan sosial-kampus.

### 5. Analisis variabel mediasi

Analisis regresi variabel mediasi dalam penelitian ini menggunakan metode *causal step* bertujuan untuk mengetahui variabel kepuasan mahasiswa memediasi variabel loyalitas mahasiswa/i.

#### a. Variabel kepuasan memediasi variabel loyalitas melalui kualitas pelayanan

Persamaan-persamaan yang dibentuk untuk analisis variabel mediasi adalah:

$$\text{Persamaan I : } Y_2 = \alpha_1 + cX_1$$

$$\text{Persamaan II : } Y_1 = \alpha_2 + aX_1$$

$$\text{Persamaan III : } Y_2 = \alpha_3 + cX_1 + eY_1$$

dimana,  $Y_1$  = Kepuasan mahasiswa/i

$Y_2$  = Loyalitas mahasiswa/i

$X_1$  = Kualitas pelayanan

Pada uji ini variabel  $Y_1$  dinyatakan sebagai variabel mediasi atau *intervening* antara variabel  $X_1$  terhadap variabel  $Y_2$  jika memenuhi kriteria:

- 1) Jika persamaan I,  $X_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  ( $c \neq 0$ ).
- 2) Jika persamaan II,  $X_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_1$  ( $a \neq 0$ ).
- 3) Jika persamaan III,  $X_1$  dan  $Y_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  ( $e \neq 0$ ).

Adapun langkah-langkah analisis variabel mediasi adalah (1) meregresikan variabel independen ( $X_1$ ) terhadap variabel dependen ( $Y_2$ ) dengan hasil *output* pada Tabel 4.23, (2) meregresikan variabel independen ( $X_1$ ) terhadap variabel mediasi ( $Y_1$ ) yang hasil *output*-nya dengan bantuan SPSS 21 ditampilkan pada Tabel 4.24, (3) terakhir

meregresikan variabel dependen (Y2) dengan memasukkan variabel independen (X1) dan variabel mediasi (Y1) yang hasil *output*-nya ditampilkan pada Tabel 4.25.

**Tabel 4.23**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Kualitas Pelayanan-Loyalitas Mahasiswa/i**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	2,410	,194		
Kualitas Pelayanan	,472	,057	,437	8,325	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa

**Tabel 4.24**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Kualitas Pelayanan-Kepuasan Mahasiswa/i**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	1,757	,218		
Kualitas Pelayanan	,658	,064	,517	10,350	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

**Tabel 4.25**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Kualitas Pelayanan-Kepuasan-Loyalitas Mahasiswa/i**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,590	,183		
1 Kualitas Pelayanan	,165	,057	,153	2,913	,004
Kepuasan Mahasiswa	,467	,044	,550	10,504	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa

*Unstandardized coefficients* pada persamaan pertama kualitas pelayanan terhadap loyalitas sebesar 0,472 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terdapat



pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap loyalitas. *Unstandardized coefficients* pada persamaan kedua kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,658 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Setelah memasukkan variabel mediasi kepuasan mahasiswa, pengaruh kualitas pelayanan tetap signifikan dengan demikian variabel kepuasan mahasiswa dinyatakan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas. Kesimpulannya menerima hipotesis ke-4 dalam penelitian ini: variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa/i.

**b. Variabel kepuasan memediasi variabel loyalitas melalui persepsi biaya pendidikan**

Persamaan-persamaan yang dibentuk untuk analisis variabel mediasi adalah:

$$\text{Persamaan IV : } Y_2 = \alpha_4 + dX_2$$

$$\text{Persamaan V : } Y_1 = \alpha_5 + bX_2$$

$$\text{Persamaan VI : } Y_2 = \alpha_6 + dX_2 + eY_1$$

dimana,  $Y_1$  = Kepuasan mahasiswa/i

$Y_2$  = Loyalitas mahasiswa/i

$X_2$  = Persepsi biaya pendidikan

Pada uji ini variabel  $Y_1$  dinyatakan sebagai variabel mediasi atau *intervening* antara variabel  $X_2$  terhadap variabel  $Y_2$  jika memenuhi kriteria:

- 1) Jika persamaan IV,  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  ( $d \neq 0$ ).
- 2) Jika persamaan V,  $X_2$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_1$  ( $b \neq 0$ ).
- 3) Jika persamaan VI,  $X_2$  dan  $Y_1$  berpengaruh signifikan terhadap  $Y_2$  ( $e \neq 0$ ).

Adapun langkah-langkah analisis variabel mediasi adalah (1) meregresikan variabel independen (X2) terhadap variabel dependen (Y2) dengan hasil *output* pada Tabel 4.26, (2) meregresikan variabel independen (X2) terhadap variabel mediasi (Y1) yang hasil *output*-nya dengan bantuan SPSS 21 ditampilkan pada Tabel 4.27, (3) terakhir meregresikan variabel dependen (Y2) dengan memasukkan variabel independen (X2) dan variabel mediasi (Y1) yang hasil *output*-nya ditampilkan pada Tabel 4.28.

**Tabel 4.26**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Persepsi Biaya Pendidikan- Loyalitas Mahasiswa/i**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,136	,152		20,584	,000
1 Persepsi Biaya Pendidikan	,239	,041	,324	5,858	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa

**Tabel 4.27**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana**  
**Persepsi Biaya Pendidikan- Kepuasan Mahasiswa/i**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,530	,169		14,994	,000
1 Persepsi Biaya Pendidikan	,399	,045	,458	8,830	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

**Tabel 4.28**  
**Koefisien Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Persepsi Biaya Pendidikan – Kepuasan - Loyalitas Mahasiswa/i**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	1,830	,166			10,994	,000
1 Persepsi Biaya Pendidikan	,033	,038	,045		,874	,383
Kepuasan Mahasiswa	,516	,043	,609		11,912	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa

*Unstandardized coefficients* pada persamaan pertama persepsi biaya pendidikan terhadap loyalitas sebesar 0,239 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terdapat pengaruh positif persepsi biaya pendidikan terhadap loyalitas. *Unstandardized coefficients* pada persamaan kedua persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,399 dengan signifikansi 0,000 yang berarti terdapat pengaruh positif persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa. *Unstandardized coefficients* pada persamaan ketiga persepsi biaya pendidikan terhadap loyalitas dengan memasukkan variabel kepuasan mahasiswa sebesar 0,033 dengan signifikansi 0,383 yang berarti tidak terdapat pengaruh persepsi biaya pendidikan terhadap loyalitas mahasiswa karena nilai korelasi  $r_{hitung} < \text{nilai korelasi } r_{tabel}$  sebesar 0,114. Dengan demikian hasil pengujian ini menolak hipotesis ke-5 dalam penelitian ini: variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya pendidikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i, karena secara empiris terbukti bahwa variabel kepuasan mahasiswa bukan variabel yang memediasi antara persepsi biaya pendidikan dengan loyalitas mahasiswa/i.

## G. Pembahasan

Derajat kepuasan dan loyalitas mahasiswa/i yang tinggi merupakan salah satu tujuan yang harus dicapai bagi setiap insititusi Perguruan Tinggi swasta agar Perguruan Tinggi tersebut dapat terus bertahan, tumbuh dan berkembang. Melalui analisis data yang telah dilakukan terbukti bahwa kepuasan mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori puas dan loyalitas mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori sangat loyal. Pernyataan mahasiswa yang menyatakan puas dan bersikap loyal ini merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Parasuraman, *et.al.*; Hoffman & Bateson dalam Tjiptono dan Chandra: 2011). Walaupun ada diantara para mahasiswa/i yang pernah merasa kecewa atau tidak puas dan melakukan komplain diantara pelayanan-pelayanan jasa yang ada, tetapi itu sifatnya hanya temporer, karena pihak kampus bagaimanapun cepat atau lambat telah menyelesaikan dan memberikan solusi atas persoalan yang dirasakan oleh mahasiswa/i. Sehingga pernyataan sikap kepuasan yang dirasakan oleh para mahasiswa/i tersebut merupakan evaluasi keseluruhan terhadap kinerja pelayanan oleh STIE Pembangunan. Dari analisis deskriptif diketahui bahwa dejarat atau tingkat kualitas pelayanan masuk dalam kategori sedang, sementara tingkat persepsi biaya pendidikan masuk dalam kategori baik. Variabel kualitas pelayanan mempunyai 45 pertanyaan terdiri dari tujuh pertanyaan terkait dimensi keandalan, enam pertanyaan terkait dimensi daya tanggap, sembilan pertanyaan terkait dimensi jaminan, tujuh pertanyaan terkait dimensi empati dan enam belas pertanyaan terkait dimensi bukti fisik. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mahasiswa/i mempersepsikan dimensi keandalan masuk dalam kategori baik, dimensi daya tanggap masuk dalam

kategori sedang, dimensi jaminan masuk dalam kategori baik, dimensi empati masuk dalam kategori sedang, dan dimensi bukti fisik masuk dalam kategori baik. Dengan deskripsi ini dapat disimpulkan bahwa secara umum mahasiswa/i merasa cukup puas terhadap kualitas pelayanan STIE Pembangunan Tanjungpinang.

Dari hasil perhitungan rata-rata masing-masing butir pertanyaan pada kualitas pelayanan (Lampiran 3) dapat diketahui hampir seluruh jenis pelayanan-pelayanan sudah dirasakan puas oleh mahasiswa/i karena nilai rata-rata masing-masing butir tersebut lebih besar dari skor 3 kategori skala Likert, kecuali pada butir keandalan dosen yang tidak tepat waktu atau sering membatalkan pertemuan, belum tersedianya saluran untuk menyampaikan keluhan dengan cepat, fasilitas komputer yang belum nyaman dan kerelaan staf memberi perhatian pada individu dan terakhir pada dimensi bukti fisik: (1) penyediaan laboratorium komputer, (2) keterkinian (*up-to-date*) komputer, (3) keterkinian (*up-to-date*) software komputer, dan (4) akses fasilitas internet.

Berdasarkan nilai rata-rata kategori persepsi biaya pendidikan diketahui bahwa persepsi mahasiswa/i terhadap biaya pendidikan masuk dalam kategori memuaskan. Dengan demikian, mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang memiliki persepsi yang baik terkait biaya pendidikan, sehingga bila STIE menaikkan biaya pendidikan akan dapat dipahami dan diterima oleh para mahasiswa, karena mahasiswa/i memang merasakan biaya pendidikan tersebut sesuai dengan apa yang mereka dapatkan dan lebih baik bila dibandingkan dengan biaya pendidikan di perguruan tinggi lain.

Berdasarkan nilai rata-rata kategori loyalitas diketahui bahwa tingkat loyalitas mahasiswa/i masuk dalam kategori sangat loyal. Dengan demikian, mahasiswa/i STIE

Pembangunan Tanjungpinang mempunyai sikap dan perilaku loyal terhadap kampus. Hal ini sesuai dengan teori bahwa menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis dan salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Kotler *and* Keller, 2009). Adapun salah satu wujud sikap dan perilaku loyal tersebut adalah merekomendasikan institusi kepada pihak lain dan senantiasa berkomentar hal yang positif kepada orang lain. Hal ini dibuktikan sesuai dengan hasil wawancara di setiap tahapan seleksi penerimaan mahasiswa/i baru, dimana hampir seluruh calon mahasiswa mengatakan, bahwa mereka memutuskan untuk kuliah memilih STIE Pembangunan Tanjungpinang karena rekomendasi dari teman, saudara atau orang terdekat mereka.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori pemasaran, dimana pelanggan yang merasa puas umumnya akan mempunyai sikap dan perilaku yang loyal. Keputusan pelanggan untuk bersikap loyal atau bersikap tidak loyal merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Banyak akademisi dan peneliti bersepakat bahwa kepuasan pelanggan merupakan ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi yang bersifat jangka pendek, sedangkan kualitas jasa merupakan sikap yang dibentuk dari evaluasi keseluruhan terhadap kinerja perusahaan dalam jangka panjang (Parasuraman, *et.al.*; Hoffman & Bateson dalam Tjiptono dan Chandra: 2011). Sehingga pernyataan sikap kepuasan yang dirasakan oleh para mahasiswa/i tersebut merupakan evaluasi keseluruhan terhadap kinerja pelayanan oleh STIE Pembangunan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian ini, melalui analisis data yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori puas adalah hasil dari evaluasi keseluruhan para mahasiswa/i terhadap kinerja STIE Pembangunan dalam jangka panjang.

sehingga perasaan puas itu menjadikan loyalitas mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori sangat loyal.

Persepsi biaya pendidikan oleh mahasiswa/i STIE pembangunan Tanjungpinang yang masuk dalam kategori memuaskan dan tingkat kepuasan mahasiswa/i masuk dalam kategori baik (puas) ini sebenarnya merupakan akumulasi dari evaluasi kinerja STIE Pembangunan Tanjungpinang secara keseluruhan dalam jangka panjang. Bila ditinjau dari segi pertumbuhan, STIE Pembangunan Tanjungpinang yang didirikan pada tahun 2008 melalui peningkatan status dari Akademi Akuntansi, maka dari segi siklus hidup produk, STIE Pembangunan Tanjungpinang masuk dalam kategori masa pertumbuhan. Pertumbuhan dan peningkatan jumlah mahasiswa/i disetiap tahun ajaran baru merupakan hasil dari perubahan institusi yang dulunya hanya berupa Akademi Akuntansi menjadi Sekolah Tinggi sejak tahun 2008 dan sekaligus dampak dari perubahan lingkungan kota Tanjungpinang dari yang dulunya ibu kota sebuah Kabupaten, terhitung sejak tahun 2006 dengan dipindahkan ibukota Provinsi Kepulauan Riau dari Kota Batam ke Kota Tanjungpinang. Perubahan lingkungan itu menimbulkan kebutuhan akan pendidikan tinggi semakin meningkat pula dikarenakan pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan lapangan pekerjaan, baik pertumbuhan pekerjaan di sektor pemerintah maupun pekerjaan di sektor swasta. Disamping perubahan tersebut, sesungguhnya karena STIE Pembangunan Tanjungpinang konsisten dan sama cita-citanya semasa masih Akademi akuntansi, yaitu hendak menjadikan perguruan tinggi yang bermutu, maka terbukti telah membuahkan hasil, yakni dengan kualitas lulusannya yang mayoritas terserap bekerja di swasta dan pemerintah, bahkan sebelum tamat sudah banyak yang diterima bekerja. Faktor-faktor ini merupakan persepsi yang tertanam pada

mahasiswa/i, sehingga sewajarnya para mahasiswa/i merasa puas dengan biaya yang mereka keluarkan dengan hasil yang akan mereka terima, baik untuk saat ini maupun manfaat jangka panjang nanti. Disamping itu juga biaya pendidikan sesuai dengan mutu pendidikan, biaya pendidikan yang tidak terlalu tinggi bila dibandingkan dengan biaya pendidikan pada perguruan tinggi lain. Faktor-faktor inilah yang menjadikan para mahasiswa/i STIE Pembangan Tanjungpinang, merasa puas terhadap persepsi biaya pendidikan yang mereka keluarkan sehingga berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan yang mereka rasakan. Dalam ilmu pemasaran juga disebutkan, konsumen sering membentuk persepsi yang lebih menyenangkan tentang sebuah produk dengan merek yang sudah mereka anggap positif. Disamping itu kepuasan pelanggan terkait biaya jasa yang karena penetapan harga jasa berbeda dengan penetapan harga barang seperti jasa tidak menghasilkan transfer kepemilikan dan jasa bersifat variabilitas *input* dan *output*, maka salah satu solusi efektif penetapan harga jasa adalah *value strategies*. Prinsip utamanya adalah meningkatkan secara langsung harga yang dibayarkan pelanggan dengan nilai yang mereka terima dari konsumsi jasa perusahaan (Tjiptono dan Chandra, 2012).

Analisis deskriptif selanjutnya adalah membuat analisis perbandingan dengan analisis varians (ANOVA), yaitu uji statistik terhadap signifikan tidaknya perbedaan nilai rata-rata lebih dari dua sampel atau lebih. Hasil analisis varians ini menunjukkan, bahwa terdapat perbedaan persepsi kualitas pelayanan antara program studi, karena nilai signifikan (*Sig*) sebesar 0,05 yang sama dengan  $\alpha = 0,05$  (Lampiran 6). Hasil analisis ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dipersepsikan paling tinggi oleh program studi D3 Akuntansi dengan  $mean=3,7390$ , berikutnya oleh program S1 Manajemen dengan  $mean=3,3815$  dan oleh program S1 Akuntansi



dengan mean=3,3449. Analisis varians untuk persepsi biaya pendidikan menunjukkan juga terdapat perbedaan diantara program studi, karena nilai signifikan (*Sig*) sebesar 0,022 yang jauh lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ . Hasil analisis varians persepsi biaya pendidikan ini menunjukkan dipersepsikan paling baik oleh program studi D3 Akuntansi dengan mean=4,1085, diikuti oleh program studi S1 Manajemen dengan mean=3,6422 dan terakhir program studi S1 Akuntansi dengan mean=3,5955. Perbedaan dalam hasil analisis varians persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan ini sejalan dengan terdapatnya perbedaan hasil analisis varians kepuasan mahasiswa antara program studi, karena nilai signifikan (*Sig*) sebesar 0,016 yang jauh lebih kecil dari nilai  $\alpha = 0,05$ , dimana kepuasan mahasiswa dinyatakan paling baik oleh program studi D3 Akuntansi dengan mean=4,4005, diikuti oleh program studi S1 Akuntansi dengan mean=3,9770 dan terakhir oleh program studi S1 Manajemen dengan mean=3,9284. Namun analisis varians untuk loyalitas mahasiswa/i menunjukkan tidak terdapat perbedaan diantara program studi, karena nilai signifikan (*Sig*) sebesar 0,119 yang lebih besar dari nilai  $\alpha = 0,05$ . Hasil analisis varians loyalitas mahasiswa program studi D3 Akuntansi dengan mean=4,1900, diikuti oleh S1 Manajemen dengan mean=4,0552 dan terakhir S1 Akuntansi dengan mean=3,9509. Kesimpulan yang dapat ditarik dari analisis varians ini menunjukkan bahwa program studi D3 Akuntansi mempersepsikan lebih baik terkait kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan. Hal ini bisa jadi disebabkan, karena memang program studi D3 Akuntansi jumlah mahasiswanya lebih sedikit, pelaksanaan kuliahnya di gedung baru, dan fasilitas ruang kelas dilengkapi AC serta jumlah peserta didik dalam satu kelas kurang dari 25 mahasiswa, sehingga pada mahasiswa/i program D3 Akuntansi lebih merasa nyaman dalam proses perkuliahan

dan lebih baik dalam kualitas pelayanannya. Hal ini berbeda dengan program studi S1 Manajemen dan S1 Akuntansi yang jumlah keseluruhan mahasiswanya lebih banyak dengan jumlah tenaga pelayanan yang sama dengan program studi D3 Akuntansi, dan peserta didiknya dalam kelas rata-rata 40 mahasiswa dengan hanya dilengkapi fasilitas kipas angin.

Dari analisis regresi dapat diketahui bahwa urutan pengaruh dimensi pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa/i secara berturut-turut adalah dimensi jaminan, empati dan daya tanggap. Koefisien regresi variabel daya tanggap (X12) sebesar 0,155; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel daya tanggap (X12) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i (Y1) sebesar 0,155. Koefisien regresi variabel jaminan (X13) sebesar 0,334; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel jaminan (X13) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i (Y1) sebesar 0,334. Koefisien regresi variabel empati (X14) sebesar 0,192; artinya bahwa apabila terdapat kenaikan satu nilai variabel empati (X13) akan memberikan kenaikan nilai kepuasan mahasiswa/i (Y1) sebesar 0,192. Semua koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i. Semakin naik nilai variabel independen ini akan semakin naik pula nilai variabel kepuasan mahasiswa/i.

Variabel dimensi daya tanggap, jaminan dan empati yang terbukti sebagai variabel dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang merupakan indikasi bahwa dimensi daya tanggap, dimensi jaminan, dan dimensi empati merupakan keunggulan pelayanan yang dimiliki STIE Pembangunan Tanjungpinang. Hal ini dapat dijadikan sebagai acuan dalam rangka

meningkatkan kepuasan mahasiswa/i dan sekaligus dapat dijadikan sebagai acuan dalam menerapkan strategi insitusi. Disamping itu, STIE Pembangunan Tanjungpinang hendaknya berusaha meningkatkan jenis-jenis pelayanan pada dimensi keandalan dan dimensi bukti fisik yang kurang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa/i.

Cara-cara meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi keandalan antara lain dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan (*training*) bagi para staf dan dosen. Pelatihan keterampilan dasar teknik instruksional (PEKERTI) dan dilanjutkan dengan program *applied approach* (AA) bagi para dosen merupakan salah satu jenis pelatihan yang dapat diusulkan bagi para dosen dalam rangka peningkatan kompetensi profesional dosen agar para dosen memiliki wawasan dan keterampilan untuk mengembangkan kualitas proses belajar dan hasil belajar mahasiswa/i. Pelaksanaan program peningkatan keterampilan yang diusulkan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan oleh para staf, karyawan, dan dosen di masing-masing program studi yang diupayakan secara terus menerus dan berkelanjutan sesuai. Adapun cara-cara meningkatkan kualitas pelayanan terkait dimensi bukti fisik yaitu dengan meningkatkan sarana dan prasarana fisik meliputi penyediaan laboratorium komputer yang mencukupi dan nyaman bagi mahasiswa/i, penyediaan komputer terkini (*up-to-date*), melengkapi perangkat lunak komputer terkini (*up-to-date*), dan menyediakan kemudahan akses fasilitas internet yang berkecepatan tinggi.

Dari analisis regresi linier berganda terbukti secara empiris bahwa kepuasan mahasiswa/i dipengaruhi secara signifikan oleh variabel persepsi biaya pendidikan dan kualitas pelayanan khususnya pada dimensi daya tanggap, jaminan dan empati. Dari nilai koefisien regresi berganda model regresinya dapat diketahui bahwa

variabel persepsi kualitas pelayanan merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa/i bila dibandingkan dengan variabel persepsi biaya pendidikan. Pengaruh positif dari kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan ini berarti bahwa ada pengaruh yang searah dari kedua variabel tersebut terhadap kepuasan mahasiswa/i. Lebih jelasnya, apabila kualitas pelayanan ditingkatkan dan persepsi biaya pendidikan semakin baik, maka kepuasan mahasiswa/i turut mengalami peningkatan. Sebaliknya apabila kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan mengalami penurunan, maka tingkat kepuasan mahasiswa/i akan mengalami penurunan. Hasil analisis regresi berganda, uji t dan uji F yang telah dilakukan menyimpulkan, menerima hipotesis ke-1: persepsi kualitas pelayanan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i, hipotesis ke-2: persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i dan hipotesis ke-3: persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor yang positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i. Disamping itu dengan nilai  $R^2$  (*R Square*) atau koefisien determinasi sebesar 0,321 berarti sumbangan pengaruh variabel independennya adalah sebesar 32,1% terhadap variabel dependen. Hasil tersebut memberikan pengertian bahwa variabel dependen kepuasan mahasiswa/i dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan (X1) dan persepsi biaya pendidikan (X2) dengan persentasi sebesar 32,1% sedangkan sisanya sebesar 67,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Untuk itu perlu meneliti faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i. Mengutip dari Lovelock, *et.al.*, (2004) dalam Sumaedi, *et.al.*, (2011), faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i itu adalah citra kampus. Penelitian yang dilakukan Joseph

tentang persepsi mahasiswa terhadap kualitas jasa pendidikan di Universitas Selandia Baru mengungkap 7 determinan utama: isu-isu program studi, reputasi akademik, aspek fisik/biaya, peluang karir, lokasi, waktu dan faktor-faktor lain. Penelitian lainnya oleh Hampton, mengidentifikasi 7 determinan kualitas jasa Universitas, diantaranya: kualitas pendidikan, pengajaran, kehidupan sosial kampus, kehidupan sosial personal dan bimbingan mahasiswa (Tjiptono dan Chanda, 2011).

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian terdahulu, dimana penelitian Hasan *et. al.* (2008) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i, penelitian Arief dan Suryawinta (2010) menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i dan berdampak pada loyalitas mahasiswa serta penelitian Sumaedi *et. al.* (2011) dengan hasil penelitian menunjukkan variabel independen (persepsi kualitas pelayanan dan persepsi harga) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (kepuasan mahasiswa) dimana persepsi kualitas pelayanan lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa/i. Perbedaan hasil penelitian ini hanya terletak pada dimensi kualitas pelayanan yang dimasukkan dalam model regresi. Model regresi dalam penelitian ini adalah dimensi daya tanggap, jaminan dan empati berbeda dengan penelitian Hasan *et. al.* (2008) dimensi empati dan daya tanggap, penelitian Arief dan Suryawinta (2010) dimensi keandalan, daya tanggap.

Dari analisis regresi variabel mediasi dengan metode *causal step*, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i dan terdapat juga pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i. Tetapi pada uji simultan, setelah memasukkan variabel mediasi kepuasan mahasiswa; pengaruh

kualitas pelayanan tetap signifikan tetapi mengalami penurunan koefisien regresi dari 0,472 (persamaan I) menjadi 0,165 (persamaan III) dengan demikian variabel kepuasan mahasiswa dinyatakan sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas. Ini berarti dapat menerima hipotesis ke-4 penelitian, yaitu: variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediasi (*partial mediator*) antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas. Terjadinya penurunan tingkat signifikan ini, juga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan lebih besar dampaknya terhadap kepuasan bila dibandingkan terhadap loyalitas.

Untuk hasil analisis variabel kepuasan memediasi variabel loyalitas melalui persepsi biaya pendidikan dengan metode *causal step* menolak hipotesis ke-5 dalam penelitian ini. Dengan demikian, variabel kepuasan mahasiswa/i bukan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi biaya pendidikan terhadap variabel loyalitas mahasiswa/i.

Hal ini sejalan dengan teori-teori yang ada bahwa kualitas pelayanan yang baik dan harga yang dipersepsikan merupakan dua variabel yang berdampak terhadap kepuasan. Namun demikian terdapat juga teori-teori atau pendapat yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan anteseden terhadap loyalitas. Artinya, pelanggan akan merasa puas karena telah merasakan kualitas pelayanan yang baik, sebaliknya pelanggan yang merawa kecewa akan menjadi tidak puas dan kecil kemungkinannya untuk melakukan transaksi ulang (tidak loyal). Kualitas pelayanan yang baik tersebut baik langsung ataupun secara tidak langsung berdampak terhadap sikap dan perilaku loyal. Namun karena persepsi harga dalam penelitian ini lebih kecil dampaknya terhadap kepuasan bila dibandingkan dengan kualitas pelayanan

maka persepsi harga ini tidak begitu signifikan pengaruhnya terhadap loyalitas. Maka sewajarnya harga yang dipersepsikan oleh mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang tidak berdampak terhadap sikap dan perilaku loyal.

Universitas Terbuka

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh antara persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang. Dari hasil analisis dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan:

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa secara umum persepsi kualitas pelayanan oleh mahasiswa/i STIE Pembangunan Tanjungpinang termasuk kategori sedang, dengan rincian, dimensi keandalan berada dalam kategori baik, dimensi daya tanggap berada dalam kategori sedang, dimensi jaminan berada dalam kategori baik, dimensi empati berada dalam kategori sedang dan dimensi bukti fisik dalam kategori baik. Untuk derajat atau tingkat kepuasan mahasiswa/i masuk dalam kategori puas dan tingkat loyalitas mahasiswa/i masuk dalam kategori sangat loyal.
2. Hasil *mean* kategori kualitas pelayanan diperoleh sebesar 3,52 dan bila dikonversikan dalam skor 0-100 menjadi 63. Hal ini menunjukkan secara umum kualitas pelayanan pada STIE Pembangunan Tanjungpinang masih kurang dari skor 70, seperti yang diisyaratkan untuk dapat dikatakan kategori baik harus lebih besar dari nilai 70.
3. Hasil rata-rata skor butir item pertanyaan dalam kuesioner yang bernilai di bawah skor 3 skala Likert, membuktikan bahwa permasalahan kualitas pelayanan yang rendah di STIE Pembangunan Tanjungpinang adalah: (i) keandalan dosen yang



tidak tepat waktu atau sering membatalkan pertemuan, (2) belum tersedianya saluran untuk menyampaikan keluhan dengan cepat, (3) fasilitas akses komputer yang belum nyaman, (4) kerelaan staf memberi perhatian pada individu (5) penyediaan laboratorium komputer yang terkini (*up-to-date*), (7) keterkinian (*up-to-date*) software komputer untuk pengolahan data dan informasi, dan (8) akses fasilitas internet.

4. Pengujian dengan menggunakan metode *backward* untuk mengetahui dimensi kualitas pelayanan mana yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i menunjukkan bahwa yang layak dimasukkan dalam model regresi linier berganda adalah dimensi daya tanggap, jaminan dan empati, karena dimensi keandalan dan bukti fisik datanya tidak terpola. Selanjutnya dimensi-dimensi yang dimasukkan dalam model regresi merupakan variabel independen untuk diuji secara parsial. Pengujian pengaruh secara parsial menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa/i. Dengan demikian hipotesis ke-1 penelitian dapat diterima, yaitu: persepsi kualitas pelayanan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.
5. Pengujian pengaruh secara parsial juga menunjukkan bahwa persepsi biaya pendidikan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa/i. Dengan demikian hipotesis ke-2 penelitian dapat diterima, yaitu: persepsi biaya pendidikan sebagai prediktor yang positif terhadap kepuasan mahasiswa/i.
6. Pengujian secara simultan menunjukkan bahwa persepsi kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa/i serta variabel persepsi kualitas pelayanan lebih dominan pengaruhnya terhadap

variabel kepuasan mahasiswa/i bila dibandingkan dengan variabel persepsi biaya pendidikan. Dengan demikian hipotesis ke-3 dapat diterima, yaitu: terdapat pengaruh positif antara persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan terhadap variabel kepuasan mahasiswa/i.

7. Hasil analisis regresi variabel mediasi menerima hipotesis ke-4 penelitian, yaitu: variabel kepuasan mahasiswa/i sebagai variabel mediasi parsial (*partial mediation*) antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas.
8. Hasil analisis regresi variabel mediasi menolak hipotesis ke-5 penelitian, yaitu: variabel kepuasan mahasiswa/i bukan sebagai variabel mediator antara variabel persepsi kualitas pelayanan terhadap variabel loyalitas.
9. Hasil analisis perbandingan rata-rata dengan analisis varians (ANOVA) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan persepsi kualitas pelayanan, persepsi biaya pendidikan dan kepuasan mahasiswa/i antara program studi. Dimana untuk persepsi kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan sama urutannya, yaitu berturut-turut dipersepsikan paling baik oleh program studi D3 Akuntansi, S1 Manajemen, dan terakhir S1 Akuntansi. Untuk kepuasan mahasiswa/i dipersepsikan paling baik oleh program studi D3 Akuntansi, diikuti oleh S1 Akuntansi dan terakhir S1 Manajemen. Namun analisis varians untuk loyalitas mahasiswa/i menunjukkan tidak terdapat perbedaan diantara program studi.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, saran-saran yang ingin peneliti sampaikan khususnya pada STIE Pembangunan Tanjungpinang yang menjadi subyek penelitian adalah:

1. STIE Pembangunan Tanjungpinang hendaknya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap mahasiswa/i pada masing-masing dimensi pelayanan agar dapat meningkatkan derajat kepuasan mahasiswa/i.
2. Berdasarkan nilai rata-rata butir pertanyaan, maka jenis-jenis pelayanan yang menjadi prioritas utama untuk perbaikan adalah hendaknya dosen didorong untuk tepat waktu atau tidak membatalkan pertemuan, menyediakan saluran untuk menampung dan mencari solusi keluhan dengan cepat, menyediakan laboratorium komputer yang nyaman, laboratorium akuntansi, dan laboratorium skripsi. Perbaikan lainnya adalah staf dan dosen harus lebih rela dan lebih berempati dalam memberi perhatian dan pelayanan kepada mahasiswa/i, serta perbaikan prasarana fisik meliputi *hardware* dan *software* yang terkini untuk pengolahan data akademik dan fasilitas akses internet yang lebih luas, mudah dan berkecepatan tinggi.
3. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi keandalan dapat dilakukan dengan mengadakan pendidikan dan pelatihan (*training*) bagi para staf dan dosen. Pelatihan keterampilan dasar teknik instruksional (PEKERTI) dan dilanjutkan dengan program *applied approach* (AA) diberlakukan bagi para dosen guna peningkatan kompetensi profesional dosen. Dengan pelaksanaan pendidikan dan pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan oleh para staf, karyawan, dan dosen di masing-masing program studi yang sebaiknya dilaksanakan secara terus menerus dan berkelanjutan.
4. Berdasarkan analisis varians (ANOVA) ditemukan bahwa program studi D3 Akuntansi mempersepsikan pelayanan dan biaya pendidikan lebih baik dibandingkan program studi S1 Akuntansi dan S1 Manajemen. Untuk itu

disarankan menyediakan fasilitas AC dan peserta didik dalam satu kelas hendaknya tidak lebih dari 25 mahasiswa/i bagi program studi S1 Akuntansi dan S1 Manajemen.

5. Pihak manajemen STIE Pembangunan Tanjungpinang hendaknya mengadakan evaluasi secara berkala terhadap kegiatan yang dilaksanakan yang menyangkut dimensi kualitas jasa, untuk menilai apakah kegiatan tersebut efektif dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa/i.
6. Dengan nilai koefisien determinasi sebesar 0,321 berarti variabel dependen kepuasan mahasiswa/i dapat dijelaskan oleh variabel independen kualitas pelayanan dan persepsi biaya pendidikan sebesar 32,1% sedangkan sisanya sebesar 67,9% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Mengutip dari Lovelock, *et.al.*, (2004) dalam Sumaedi, *et.al.*, (2011), faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa/i adalah citra kampus, atau peluang karir, lokasi, dan waktu (Joseph) atau kehidupan sosial kampus, kehidupan sosial personal (Hampton) dalam Tjiptono dan Chanda (2011).
7. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel penelitian seperti: citra kampus, kehidupan sosial kampus, dan kehidupan sosial personal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arief, A. dan Suryawinta, A. Y. (2010). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas mahasiswa Universitas Trunojoyo. *Jurnal Studi Manajemen* 4(1),41-57.
- Aritonang, L. (2007). *Riset pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Dapkevicius, A. and Melnikas, B. (2009). Influence of price and quality to customer satisfaction (Neuromarketing Approach). *Business in XXI Century*, 1(3), 17-20.
- Darsono, L. I. (2010). Hubungan perceived service quality dan loyalitas (Peran Trust dan Satisfaction Sebagai Mediator). *Jurnal Bisnis Perspektif*, 2(1),43-57.
- Dwihapsari, B. C. (2012), Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa pada Oryza Tour. *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griemel-Fuhrmann, B. and Geyer, A. (2003). Students' evaluation of teachers and instructional quality-analysis of relevant factors based on empirical evaluation research. *Assessment and Evaluation in Higher Education*, 28 (3), 229-238.
- Hasan, H. F. A., Ilias, A., Rahman, A. A., and Razak, M. Z. A. (2008). Service Quality and Student Satisfaction (A Case Study at Private Higher Education Institutions). *International Business Research*, 1(3), 163-175.
- Haloho, E. (2012). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan behavioral intention mahasiswa STIE Informasi Teknologi dan Bisnis Medan. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Tinggi*, 5(3),27-34.
- Ham, L. and Hayduk, S. (2003). Gaining competitive advantages in higher education (*Analyzing The Gap Between Expectations and Perceptions of Service Quality*). *International Journal of Value-Based Management*, 16 (3), 223-242.
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian bisnis*. Cetakan Ke-2. Jakarta: Kompas Gramedia
- Idrus, M. (2009). *Metodologi penelitian ilmu sosial*. Edisi Ke-2. Jakarta: Erlangga.
- Ilias, A., Hasan, H. F. A., Rahman, R. A., and Rushdan, M. (2008). Student satisfaction and service quality, any differences in demographic Factors?. *International Business Research Journal* , 1(4), 131-143.
- Ismail, A., Madi, M., and Francis, S. K. (2009). Exploring the relationships among service quality features, perceived value and customer satisfaction, *JIEM*, 2(1), 230-250.

- Jamali, A. (2005). Study of customer satisfaction in the context of a public private partnership. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 24 (4), 370-385.
- Kao, T.H. (2007). *University students' satisfaction (an empirical analysis)*. Master of Commerce and Management Thesis, Lincoln University.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi ke-13 Jilid 1. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. Edisi ke-13 Jilid 2. Terjemahan. Jakarta: Erlangga.
- Letcher, D. W., dan Neves, J. S. (2010). Determinant of undergraduate business student satisfaction. *Research in Higher Education Journal*, 1-26.
- Natalisa, D., and Subroto, B. (2003). Effects of management commitment on service quality to increase customer satisfaction of domestic airlines in Indonesia. *Singapore Management Review*, 25 (1), 85-104.
- Mahiah, S., Suhaimi, S., and Ibrahim, A. (2006). Measuring the level of customer satisfaction among employees of human resource division. *Advances in Global Business Research 2006*, 3(1), ISSN: 1549-9332.
- Malik, M., E. and Danish, R., Q. (2009). The impact of service quality on students satisfaction in higher education institutes of punjab. *Journal of Management Research*. ISSN 1941-899X:2(2-E10).
- Maushart, J. (December 4, 2003). Study says students are Satisfied with college experience. The Daily Aztec, San Diego State U.
- Mary C.Hill, and Kathryn K.Epps, 2010. The impact of physical classroom environment on student satisfaction and student evaluation of teaching in the university environment. *Academy of Educational Leadership Journal*, 14(4), 65-79.
- Mehmet, A. and Safakli, O.V. (2007). An empirical investigation of service quality and customer satisfaction in profesional accounting firms (Evidence from North Cyprus). *Problems and Perspectives in Management*, 5(3), 84-98.
- Miryati, M. (2009). Analisis kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Puskesmas Tuapaya di Kabupaten Bintan. *Tugas Akhir Program Magister, Magister Administrasi Publik Universitas Terbuka*. Jakarta.
- O'Neill, M. A., and Palmer, A. (2004). Importance-performance analysis: a useful tool for directing continuous quality improvement in higher education. *Quality Assurance in Education*, 12(1), 39-52.

- Peng, P. J., Samah, A., and Jauhariah, A. (2006). Measuring students' satisfaction for quality education in a e-learning university. *Unitar E-Journal*, 2(1), 11-21
- Purgailis, M., and Zaksa, K. (2012). The impact of perceived service quality on student loyalty in higher education institutions. *Journal of Business Management*, 6, 138-152.
- Robbin, S. P., dan Judge, T. A. (2008). *Perilaku organisasi*. Edisi Ke-12, Buku 1. Terjemahan. Jakarta: Salemba Empat.
- Parayitam, S. S., Desai, S., and Phelps, L. D. (2007). The effect of teacher communication and course content on student satisfaction and effectiveness. *Academy of Educational Leadership Journal*, 11(3), 91-105.
- Singh, C., and Sareen, K. (2006). Effectiveness of ISO 9000 standards in Indian educational institutions (A survey). *Int. J. Services Technology and Management*, 7(4), 403 – 415.
- Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., and Metasari, N. (2011). The effect of students' perceived service quality and perceived price on student satisfaction. *Management Science And Engineering Journal*, 5(1), 88-97.
- Suliyanto (2011). *Ekonometrika terapan (Teori dan aplikasi dengan SPSS)*. Yogyakarta: Andi.
- Tedja, H. S. (2009). *Nilai Pelanggan dan loyalitas pelanggan*. Diambil tanggal 6 Mei 2013 dari <http://hendryza.wordpress.com/category/artikel-nilai-pelanggan-dan-loyalitas-pelanggan/>
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2011). *Service, quality and satisfaction*. Edisi Ke-3. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*. Edisi Ke-2. Yogyakarta: Andi.
- Tuan, N. M. (2012). Effect service quality and price fairness on student satisfaction. *International Journal of Business and Social Science*, 6 (19), 132-150.
- Wahyuni, S. (2010). *Uji Instrumen dan Asumsi Klasik*. Diambil tanggal 2 Mei 2013 dari <http://meydianm.wordpress.com/tag/autokorelasi/>
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Winahyu, D. J. (2012). Analisis pengaruh persepsi harga, kualitas produk dan daya tarik iklan terhadap minat beli air minum axogy (Studi kasus pada pengguna air minum kota Magelang Jawa Tengah). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Universitas Terbuka



**Lampiran 1: Biodata Penulis****PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA**

Jl. Cabe Raya Pondok Cabe Ciputat 15418  
Telp. 021-7415050, Fax 021-7415588

**N a m a** : IMRAN ILYAS  
**N I M** : 017094786  
**Registrasi Pertama** : 2011.2  
**Riwayat Pendidikan** : 1. SD Seruni Pekanbaru Tahun 1979  
2. SMP Negeri 4 Pekanbaru Tahun 1982  
3. SMA Negeri 1 Pekanbaru Tahun 1985  
4. Universitas Sumatera Utara Tahun 1990, Fakultas Teknik, Program Studi Teknik dan Manajemen Industri  
**Riwayat Pekerjaan** : 1. Staf Proyek PT.Bina Jaya Perkasa Jakarta (1991)  
2. Instruktur Komputer Harvard Course Jakarta (1992-1995)  
3. Support Coordinator dan Instruktur Komputer Widyaloka Tanjungpinang (1997-2005)  
4. Tenaga Pengajar tidak tetap STIE Pembangunan dan STTI Tanjungpinang (2006-2010)  
5. Sekretaris Prodi S1 Manajemen dan Dosen Tetap Yayasan STIE Pembangunan Tanjungpinang (2010 s/d Sekarang)  
**Alamat Rumah** : Perumahan Mahkota Alam Raya Blok G2/5  
Kecamatan Tanjungpinang Timur  
Tanjungpinang – Kepulauan Riau  
**No HP.** : 081372003292  
**Email** : imran@stie-pembangunan.ac.id  
maranilyas@yahoo.co.id

## Lampiran 2: Kuesioner Responden

### KUESIONER PENELITIAN

#### A. Pengantar

Para mahasiswa/i yang kami hormati, dalam rangka penulisan tesis saya sebagai syarat untuk menyelesaikan program Magister Manajemen Universitas Terbuka (UT-MM), maka saya mohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner di bawah ini dengan memberi tanda contreng (√) pada jawaban yang tersedia. Atas kesediaan para mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner ini diucapkan terima kasih.

Salam Saya,

**Imran Ilyas**

#### B. Identitas Responden

No.Responden	
Jenis Kelamin	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan
Tahun Masuk	<input type="checkbox"/> 2012 <input type="checkbox"/> 2011 <input type="checkbox"/> 2010 <input type="checkbox"/> 2009
Prodi/Jurusan	<input type="checkbox"/> S1-Ak <input type="checkbox"/> S1-Mj <input type="checkbox"/> D3-Ak
Kelas	<input type="checkbox"/> Pagi <input type="checkbox"/> Sore <input type="checkbox"/> Malam
Umur	..... Tahun

#### C. Pernyataan Persepsi Mahasiswa/i

Berikut ini daftar pernyataan mengenai persepsi mahasiswa/i terhadap kualitas pelayanan di STIE Pembangunan Tanjungpinang. Beri tanda contreng (√) pada jawaban yang saudara/i pilih dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Kategori 1 : Sangat Tidak Memuaskan (STM)
2. Kategori 2 : Tidak Memuaskan (TM)
3. Kategori 3: Ragu-Ragu (R)
4. Kategori 4: Memuaskan (M)
5. Kategori 5 : Sangat Memuaskan (SM)

### 1. Kualitas Pelayanan (X1)

No	Pernyataan	Kategori Jawaban				
<b>X11</b>	<b>Dimensi Keandalan (<i>reliability</i>)</b>	STM				SM
		1	2	3	4	5
1	Registrasi di STIE Pembangunan tepat waktu dan tanpa kesalahan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Kampus STIE Pembangunan menyimpan data-data akademik dengan teliti	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Keandalan dosen STIE Pembangunan secara umum baik, misalnya tepat waktu/ tidak membatalkan pertemuan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Staf bersungguh-sungguh dan tulus dalam menyelesaikan masalah pelayanan mahasiswa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Kampus memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Kemampuan para dosen dalam mengajar mahasiswa sudah baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	Para dosen punya perhatian yang tulus dalam mencari solusi persoalan mahasiswa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>X12</b>	<b>Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)</b>	STM				SM
		1	2	3	4	5
1	Ketersediaan karyawan untuk membantu mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Ketersediaan dosen untuk membantu mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Kecakapan dosen untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul sudah baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Kecakapan staf untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul sudah baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya jarang mesti hilir mudik ketika mencari informasi di kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Saluran untuk menyampaikan keluhan-keluhan mahasiswa tersedia dengan cepat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>X13</b>	<b>Jaminan (<i>assurance</i>)</b>	STM				SM
		1	2	3	4	5
1	Keramah-tamahan dan sopan santun staf kampus sudah baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2	Keramah-tamahan dan sopan santun para dosen kampus sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	Produktifitas penelitian para dosen sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4	Dokumen akademis dari dosen terjaga baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	Dosen sbagai agen perubahan bagi mahasiswa	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	Tingkat keterlibatan kampus terhadap masyarakat sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7	Pengetahuan staf kampus pada peraturan dan prosedur akademik sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8	Jaminan keamanan kampus sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9	Kemampuan dalam berkomunikasi: pada matakuliah diajarkan dengan baik oleh dosen di kampus	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<b>X14</b>	<b>Empati (<i>empathy</i>)</b>	STM <span style="float: right;">SM</span>
		1 2 3 4 5
1	Penatalaksanaan administrasi yg memiliki ketertarikan terbaik di hati mahasiswa	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2	Akses ke fasilitas komputer mengakomodir kenyamanan mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	Akses menuju ruang kelas mudah	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4	Staf rela memberi perhatian individu kepada mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	Dosen mensupport kebutuhan mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	Ruang komputer yang selalu terbuka untuk mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7	Kampus bertindak adil dan tidak memihak dalam memperlakuan individu mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
<b>X15</b>	<b>Bukti fisik (<i>tangibility</i>)</b>	STM <span style="float: right;">SM</span>
		1 2 3 4 5
1	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para dosen dalam berpakaian sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

2	Penataan <i>layout</i> kelas sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3	Pencahayaan dalam ruang kelas sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4	Tampilan gedung kuliah kampus sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5	Tingkat kebersihan kampus secara umum sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6	Peralatan pendukung belajar (infokus, Wi Fi, dll) sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7	Atmospher udara sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para karyawan sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9	Ketersediaan tempat parkir sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10	Kurikulum pendidikan yang <i>up todate</i> sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
11	Banyaknya mata kuliah yang ditawarkan sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
12	Kecukupan penyediaan laboratorium komputer untuk mahasiswa sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
13	Keterkinian ( <i>up-to-date</i> ) komputer yang digunakan sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
14	Keterkinian ( <i>up-to-date</i> ) software komputer yang digunakan sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
15	Akses internet sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
16	Budaya kampus, keyakinan dan nilai-nilai moral di kampus ini sudah baik	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
17	Buku-buku perpustakaan sudah memadai	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

## 2. Persepsi Biaya Pendidikan (X2)

No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STM				SM
		1	2	3	4	5
1	Biaya pendidikan mempunyai harga terjangkau	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2	Biaya pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Biaya pendidikan memiliki daya saing yang baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Biaya pendidikan sesuai dengan jasa pendidikan yang diberikan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Total biaya pendidikan yang saya keluarkan sesuai dengan manfaat pendidikan yang saya terima	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Kualitas jasa pendidikan sudah baik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>3. Kepuasan Mahasiswa (Y1)</b> Pilihan jawaban: Kategori 1: Sangat Tidak Setuju (STS) Kategori 2: Tidak Setuju (TS) Kategori 3: Ragu-Ragu (R) Kategori 4: Setuju (S) Kategori 5: Sangat Setuju (SS)						
No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS				SS
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk kuliah di kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Jika ada pilihan untuk melakukannya lagi, saya masih akan mendaftar di kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Pilihan saya mendaftar di kampus ini merupakan yang terbaik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya senang dengan keputusan saya mendaftar di kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya telah membuat keputusan yang tepat ketika saya putuskan untuk mendaftar di kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Sekarang saya senang menjadi bagian dari kampus ini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4. Loyalitas Mahasiswa/i (Y2)</b>						
Pilihan jawaban:						
Kategori 1: Sangat Tidak Setuju (STS)						
Kategori 2: Tidak Setuju (TS)						
Kategori 3: Ragu-Ragu (R)						
Kategori 4: Setuju (S)						
Kategori 5: Sangat Setuju (SS)						
No.	Pernyataan	Kategori Jawaban				
		STS				SS
		1	2	3	4	5
1	Saya menganjurkan orang lain yang ingin kuliah untuk memilih program studi saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Saya merekomendasikan orang lain untuk kuliah di kampus saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Saya senantiasa berkomentar hal yang positif perihal institusi kampus saya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Saya akan mengikuti kuliah sampai tamat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	Saya tetap akan kuliah walaupun uang kuliah lebih mahal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Saya memberi masukan kepada dosen dan staf tentang kampus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Lampiran 3: Rata-Rata Butir Pertanyaan**

Variabel/ Dimensi	Item	Variabel	Rata-Rata
Keandalan	Registrasi di STIE Pembangunan tepat waktu dan tanpa kesalahan	X1101	3,58
	Kampus STIE Pembangunan menyimpan data-data akademik dengan teliti	X1102	3,44
	Keandalan dosen STIE Pembangunan secara umum baik, misalnya tepat waktu/ tidak membatalkan pertemuan	X1103	2,70
	Staf bersungguh-sungguh dan tulus dalam menyelesaikan masalah pelayanan mahasiswa	X1104	3,25
	Kampus memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	X1105	3,23
	Kemampuan para dosen dalam mengajar mahasiswa sudah baik	X1106	3,64
	Para dosen punya perhatian yang tulus dalam mencari solusi persoalan mahasiswa	X1107	3,59
	<b>Rata-Rata Butir Keandalan</b>	<b>X11</b>	<b>3,35</b>
Daya Tanggap	Ketersediaan karyawan untuk membantu mahasiswa sudah memadai	X1201	3,21
	Ketersediaan dosen untuk membantu mahasiswa sudah memadai	X1202	3,35
	Kecakapan dosen untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul sudah baik	X1203	3,67
	Kecakapan staf untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul sudah baik	X1204	3,34
	Saya jarang mesti hilir mudik ketika mencari informasi di kampus ini	X1205	3,09
	Saluran untuk menyampaikan keluhan-keluhan mahasiswa tersedia dengan cepat	X1206	2,86
	<b>Rata-Rata Butir Daya Tanggap</b>	<b>X12</b>	<b>3,27</b>
Jaminan	Keramah-tamahan dan sopan santun staf kampus sudah baik	X1301	3,78
	Keramah-tamahan dan sopan santun para dosen kampus sudah baik	X1302	4,06
	Produktifitas penelitian para dosen sudah baik	X1303	3,74
	Dokumen akademis dari dosen terjaga baik	X1304	3,85
	Dosen sbagai agen perubahan bagi mahasiswa	X1305	3,69



	Tingkat keterlibatan kampus terhadap masyarakat sudah baik	X1306	3,53
	Pengetahuan staf kampus pada peraturan dan prosedur akademik sudah baik	X1307	3,63
	Jaminan keamanan kampus sudah baik	X1308	3,67
	Kemampuan dalam berkomunikasi: pada matakuliah diajarkan dengan baik oleh dosen di kampus	X1309	3,63
	<b>Rata-Rata Butir Jaminan</b>	<b>X13</b>	<b>3,72</b>
Empati	Penatalaksanaan administrasi yg memiliki ketertarikan terbaik di hati mahasiswa	X1401	3,44
	Akses ke fasilitas komputer mengkomodir kenyamanan mahasiswa sudah memadai	X1402	2,67
	Akses menuju ruang kelas mudah	X1403	3,91
	Staf rela memberi perhatian individu kepada mahasiswa sudah memadai	X1404	2,90
	Dosen mensupport kebutuhan mahasiswa sudah memadai	X1405	3,35
	Ruang komputer yang selalu terbuka untuk mahasiswa sudah memadai	X1406	2,51
	Kampus bertindak adil dan tidak memihak dalam memperlakuan individu mahasiswa sudah memadai	X1407	3,42
	<b>Rata-Rata Butir Empati</b>	<b>X14</b>	<b>3,17</b>
Bukti Fisik	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para dosen dalam berpakaian sudah baik	X1501	4,29
	Penataan <i>layout</i> kelas sudah baik	X1502	3,83
	Pencahayaan dalam ruang kelas sudah memadai	X1503	3,81
	Tampilan gedung kuliah kampus sudah baik	X1504	3,72
	Tingkat kebersihan kampus secara umum sudah baik	X1505	4,06
	Peralatan pendukung belajar (infokus, Wi Fi, dll) sudah baik	X1506	3,15
	Atmosfir udara sudah memadai	X1507	3,40
	Penampilan (kebersihan dan kerapian) para karyawan sudah baik	X1508	4,03
	Ketersediaan tempat parkir sudah memadai	X1509	3,10
	Kurikulum pendidikan yang <i>up todate</i> sudah memadai	X1510	3,50
	Banyaknya mata kuliah yang ditawarkan sudah memadai	X1511	3,71
	Kecukupan penyediaan laboratorium komputer untuk mahasiswa sudah memadai	X1512	2,42
	Keterkinian ( <i>up-to-date</i> ) komputer yang digunakan sudah memadai	X1513	2,60

	Keterkinian ( <i>up-to-date</i> ) software komputer yang digunakan sudah memadai	X1514	2,60
	Akses internet sudah memadai	X1515	2,76
	Budaya kampus, keyakinan dan nilai-nilai moral di kampus ini sudah baik	X1516	3,75
<b>Rata-Rata Butir Bukti Fisik</b>		<b>X15</b>	<b>3,42</b>
<b>Rata-Rata Kualitas Pelayanan</b>		<b>X1</b>	<b>3,39</b>
Persepsi Biaya Pendidikan	Biaya pendidikan mempunyai harga terjangkau	X201	3,70
	Biaya pendidikan sesuai dengan kualitas pendidikan	X202	3,64
	Biaya pendidikan memiliki daya saing yang baik	X203	3,74
	Biaya pendidikan sesuai dengan jasa pendidikan yang diberikan	X204	3,53
	Total biaya pendidikan yang saya keluarkan sesuai dengan manfaat pendidikan yang saya terima	X205	3,61
	Kualitas jasa pendidikan sudah baik	X206	3,67
<b>Rata-Rata Persepsi Biaya Pendidikan</b>		<b>X2</b>	<b>3,65</b>
Kepuasan Mahasiswa/i	Saya merasa puas dengan keputusan saya untuk kuliah di kampus ini	Y101	4,07
	Jika ada pilihan untuk melakukannya lagi, saya masih akan mendaftar di kampus ini	Y102	3,65
	Pilihan saya mendaftar di kampus ini merupakan yang terbaik	Y103	3,94
	Saya senang dengan keputusan saya mendaftar di kampus ini	Y104	4,06
	Saya telah membuat keputusan yang tepat ketika saya putuskan untuk mendaftar di kampus ini	Y105	4,05
	Sekarang saya senang menjadi bagian dari kampus ini	Y106	4,15
<b>Rata-Rata Kepuasan Mahasiswa/i</b>		<b>Y1</b>	<b>3,99</b>
Loyalitas Mahasiswa/i	Saya menganjurkan orang lain yang ingin kuliah untuk memilih program studi saya	Y201	4,00
	Saya merekomendasikan orang lain untuk kuliah di kampus saya	Y202	4,08
	Saya senantiasa berkomentar hal yang positif perihal institusi kampus saya	Y203	4,02
	Saya akan mengikuti kuliah sampai tamat	Y204	4,45
	Saya tetap akan kuliah walaupun uang kuliah lebih mahal	Y205	3,48
<b>Rata-Rata Loyalitas Mahasiswa/i</b>		<b>Y2</b>	<b>4,01</b>

## Lampiran 4: Hasil Uji Instrumen

### Reliability

#### Scale: Reliabilitas Butir Keandalan

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	7

##### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Butir keandalan 1	3,57	1,014	295
Butir keandalan 2	3,43	,973	295
Butir keandalan 3	2,69	1,038	295
Butir keandalan 4	3,25	1,138	295
Butir keandalan 5	3,22	1,096	295
Butir keandalan 6	3,64	,993	295
Butir keandalan 7	3,59	,974	295

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir keandalan 1	19,83	15,960	,321	,714
Butir keandalan 2	19,97	15,091	,470	,680
Butir keandalan 3	20,71	15,399	,382	,701
Butir keandalan 4	20,15	14,198	,477	,677
Butir keandalan 5	20,18	13,976	,538	,660
Butir keandalan 6	19,76	15,256	,431	,689
Butir keandalan 7	19,81	15,544	,403	,695

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,40	19,588	4,426	7

**Reliability****Scale: Reliabilitas butir daya tanggap****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,723	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir daya tanggap 1	3,20	1,085	295
Butir daya tanggap 2	3,34	1,001	295
Butir daya tanggap 3	3,68	,846	295
Butir daya tanggap 4	3,32	,963	295
Butir daya tanggap 5	3,10	1,119	295
Butir daya tanggap 6	2,86	1,107	295

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir daya tanggap 1	16,31	11,288	,465	,683
Butir daya tanggap 2	16,17	11,363	,516	,667
Butir daya tanggap 3	15,83	12,685	,406	,700
Butir daya tanggap 4	16,19	11,758	,479	,679
Butir daya tanggap 5	16,41	11,535	,403	,703
Butir daya tanggap 6	16,64	11,067	,483	,677

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19,51	15,849	3,981	6

**Reliability****Scale: Reliabilitas butir jaminan****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,774	9

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir jaminan 1	3,79	,979	295
Butir jaminan 2	4,06	,675	295
Butir jaminan 3	3,72	,835	295
Butir jaminan 4	3,85	,853	295
Butir jaminan 5	3,69	,898	295
Butir jaminan 6	3,52	,951	295
Butir jaminan 7	3,61	,915	295
Butir jaminan 8	3,66	1,004	295
Butir jaminan 9	3,63	,959	295

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir jaminan 1	29,74	18,525	,469	,751
Butir jaminan 2	29,46	19,950	,503	,750
Butir jaminan 3	29,81	19,088	,500	,747
Butir jaminan 4	29,68	19,667	,401	,760
Butir jaminan 5	29,84	19,094	,450	,753
Butir jaminan 6	30,01	18,476	,496	,746
Butir jaminan 7	29,92	18,721	,489	,747
Butir jaminan 8	29,87	18,823	,414	,760
Butir jaminan 9	29,89	19,006	,419	,758

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33,53	23,434	4,841	9

## Reliability

### Scale: Reliabilitas butir empati

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	294	99,7
	Excluded <sup>a</sup>	1	,3
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,764	7

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir empati 1	3,43	,956	294
Butir empati 2	2,66	1,114	294
Butir empati 3	3,91	,871	294
Butir empati 4	2,89	1,038	294
Butir empati 5	3,35	1,024	294
Butir empati 6	2,49	1,173	294
Butir empati 7	3,41	1,110	294

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir empati 1	18,72	17,560	,461	,740
Butir empati 2	19,48	15,534	,614	,705
Butir empati 3	18,24	18,721	,356	,758
Butir empati 4	19,25	16,872	,495	,732
Butir empati 5	18,79	16,882	,503	,731
Butir empati 6	19,66	15,994	,511	,729
Butir empati 7	18,73	16,919	,439	,745

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
22,15	22,166	4,708	7

## Reliability

### Scale: Reliabilitas butir bukti fisik

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	17

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir bukti fisik 1	4,28	,644	295
Butir bukti fisik 2	3,82	,851	295
Butir bukti fisik 3	3,80	,963	295
Butir bukti fisik 4	3,71	,963	295
Butir bukti fisik 5	4,05	,703	295
Butir bukti fisik 6	3,15	1,244	295
Butir bukti fisik 7	3,38	1,069	295
Butir bukti fisik 8	4,03	,690	295
Butir bukti fisik 9	3,07	1,246	295
Butir bukti fisik 10	3,50	1,020	295
Butir bukti fisik 11	3,70	,872	295
Butir bukti fisik 12	2,42	1,053	295
Butir bukti fisik 13	2,59	1,108	295
Butir bukti fisik 14	2,61	1,044	295
Butir bukti fisik 15	2,77	1,181	295
Butir bukti fisik 16	3,75	,914	295
Butir bukti fisik 17	3,40	1,057	295



## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir bukti fisik 1	53,76	83,117	,366	,857
Butir bukti fisik 2	54,22	79,987	,468	,853
Butir bukti fisik 3	54,24	79,794	,413	,855
Butir bukti fisik 4	54,33	77,502	,554	,848
Butir bukti fisik 5	53,99	81,313	,475	,853
Butir bukti fisik 6	54,89	74,298	,559	,848
Butir bukti fisik 7	54,66	77,457	,491	,851
Butir bukti fisik 8	54,01	82,680	,373	,856
Butir bukti fisik 9	54,97	76,686	,439	,855
Butir bukti fisik 10	54,54	77,555	,514	,850
Butir bukti fisik 11	54,34	80,048	,450	,853
Butir bukti fisik 12	55,62	75,664	,604	,846
Butir bukti fisik 13	55,45	75,615	,570	,847
Butir bukti fisik 14	55,43	76,178	,580	,847
Butir bukti fisik 15	55,27	75,511	,532	,849
Butir bukti fisik 16	54,29	79,473	,462	,853
Butir bukti fisik 17	54,64	81,325	,282	,861

## Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58,04	87,828	9,372	17

## Reliability

## Scale: Reliabilitas butir persepsi biaya

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir persepsi biaya 1	3,71	,981	295
Butir persepsi biaya 2	3,65	,939	295
Butir persepsi biaya 3	3,73	,876	295
Butir persepsi biaya 4	3,52	,982	295
Butir persepsi biaya 5	3,60	,998	295
Butir persepsi biaya 6	3,67	,925	295

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir persepsi biaya 1	18,17	15,450	,726	,889
Butir persepsi biaya 2	18,23	15,295	,794	,879
Butir persepsi biaya 3	18,15	15,903	,764	,884
Butir persepsi biaya 4	18,36	15,183	,766	,883
Butir persepsi biaya 5	18,28	14,984	,781	,880
Butir persepsi biaya 6	18,21	16,652	,597	,907

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
21,88	22,010	4,691	6

**Reliability****Scale: Reliabilitas butir kepuasan mahasiswa****Case Processing Summary**

	N	%
Valid	295	100,0
Cases Excluded <sup>a</sup>	0	,0
Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,902	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir kepuasan 1	4,06	,797	295
Butir kepuasan 2	3,62	1,058	295
Butir kepuasan 3	3,93	,846	295
Butir kepuasan 4	4,05	,776	295
Butir kepuasan 5	4,05	,759	295
Butir kepuasan 6	4,15	,702	295

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir kepuasan 1	19,80	11,968	,744	,884
Butir kepuasan 2	20,24	11,489	,572	,921
Butir kepuasan 3	19,93	11,553	,772	,879
Butir kepuasan 4	19,81	11,671	,836	,871
Butir kepuasan 5	19,82	11,783	,835	,872
Butir kepuasan 6	19,72	12,516	,746	,885

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,86	16,709	4,088	6

**Reliability****Scale: Reliabilitas butir loyalitas mahasiswa****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	295	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	295	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,700	6

**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
Butir loyalitas 1	3,98	,909	295
Butir loyalitas 2	4,06	,808	295
Butir loyalitas 3	4,02	,780	295
Butir loyalitas 4	4,44	,562	295
Butir loyalitas 5	3,46	1,142	295
Butir loyalitas 6	3,82	,921	295

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir loyalitas 1	19,81	7,644	,490	,640
Butir loyalitas 2	19,72	7,582	,606	,607
Butir loyalitas 3	19,76	7,896	,554	,625
Butir loyalitas 4	19,34	9,090	,450	,667
Butir loyalitas 5	20,33	7,555	,330	,712
Butir loyalitas 6	19,97	8,509	,293	,706

**Scale Statistics**

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23,79	10,930	3,306	6

### Lampiran 5: Hasil *Output* Uji dan Analisis Data

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Rata-Rata butir bukti fisik, Rata-Rata butir daya tanggap, Rata-Rata butir jaminan, Rata-Rata butir keandalan, Rata-Rata butir empati <sup>b</sup>		Enter
2		Rata-Rata butir keandalan	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= .100).
3		Rata-Rata butir bukti fisik	Backward (criterion: Probability of F-to-remove >= .100).

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

b. All requested variables entered.

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,500	,258		5,804	,000
	Rata-Rata butir keandalan	,063	,082	,058	,764	,445
	Rata-Rata butir daya tanggap	,119	,073	,118	1,624	,105
	Rata-Rata butir jaminan	,300	,091	,240	3,298	,001
	Rata-Rata butir empati	,138	,081	,135	1,698	,091
	Rata-Rata butir bukti fisik	,097	,089	,080	1,088	,278
2	(Constant)	1,511	,258		5,863	,000
	Rata-Rata butir daya tanggap	,145	,065	,143	2,220	,027
	Rata-Rata butir jaminan	,319	,088	,255	3,644	,000
	Rata-Rata butir empati	,140	,081	,138	1,733	,084
	Rata-Rata butir bukti fisik	,108	,088	,089	1,220	,223
3	(Constant)	1,632	,238		6,846	,000
	Rata-Rata butir daya tanggap	,155	,065	,153	2,387	,018
	Rata-Rata butir jaminan	,334	,087	,267	3,837	,000
	Rata-Rata butir empati	,192	,069	,188	2,773	,006

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Excluded Variables<sup>a</sup>

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
2	Rata-Rata butir keandalan	,058 <sup>b</sup>	,764	,445	,045	,434
3	Rata-Rata butir keandalan	,071 <sup>c</sup>	,942	,347	,055	,444
	Rata-Rata butir bukti fisik	,089 <sup>c</sup>	1,220	,223	,071	,471

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

b. Predictors in the Model: (Constant), Rata-Rata butir bukti fisik, Rata-Rata butir daya tanggap, Rata-Rata butir jaminan, Rata-Rata butir empati

c. Predictors in the Model: (Constant), Rata-Rata butir daya tanggap, Rata-Rata butir jaminan, Rata-Rata butir empati

## Lampiran 6: Hasil *Output* Analisis Varians (ANOVA) Oneway

### Descriptives

Kualitas Pelayanan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
S1-Ak	159	3,3449	,46076	,03654	3,2727	3,4171
S1-Mj	116	3,3815	,54644	,05074	3,2810	3,4820
D3-Ak	20	3,7390	,54229	,12126	3,4852	3,9928
Total	295	3,3860	,50921	,02965	3,3277	3,4443

### Descriptives

Kualitas Pelayanan

	Minimum	Maximum
S1-Ak	1,82	4,51
S1-Mj	1,84	4,40
D3-Ak	2,71	4,58
Total	1,82	4,58

### ANOVA

Kualitas Pelayanan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2,763	2	1,382	5,491	,005
Within Groups	73,470	292	,252		
Total	76,233	294			

## Oneway

### Descriptives

Persepsi Biaya Pendidikan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
S1-Ak	159	3,5955	,77733	,06165	3,4738	3,7173
S1-Mj	116	3,6422	,83489	,07752	3,4887	3,7958
D3-Ak	20	4,1085	,28737	,06426	3,9740	4,2430
Total	295	3,6487	,78654	,04579	3,5586	3,7388

**Descriptives**

Persepsi Biaya Pendidikan

	Minimum	Maximum
S1-Ak	1,00	5,00
S1-Mj	1,33	5,00
D3-Ak	3,67	5,00
Total	1,00	5,00

**ANOVA**

Persepsi Biaya Pendidikan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4,683	2	2,341	3,858	,022
Within Groups	177,198	292	,607		
Total	181,881	294			

**Oneway****Descriptives**

Kepuasan Mahasiswa

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
S1-Ak	159	3,9770	,69854	,05540	3,8676	4,0865
S1-Mj	116	3,9284	,68017	,06315	3,8033	4,0535
D3-Ak	20	4,4005	,44616	,09976	4,1917	4,6093
Total	295	3,9866	,68491	,03988	3,9081	4,0651

**Descriptives**

Kepuasan Mahasiswa

	Minimum	Maximum
S1-Ak	1,00	5,00
S1-Mj	1,67	5,00
D3-Ak	3,67	5,00
Total	1,00	5,00



**ANOVA**

Kepuasan Mahasiswa

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3,834	2	1,917	4,175	,016
Within Groups	134,081	292	,459		
Total	137,915	294			

**Oneway****Descriptives**

Loyalitas Mahasiswa

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean	
					Lower Bound	Upper Bound
S1-Ak	159	3,9509	,58276	,04622	3,8597	4,0422
S1-Mj	116	4,0552	,59011	,05479	3,9466	4,1637
D3-Ak	20	4,1900	,46101	,10308	3,9742	4,4058
Total	295	4,0081	,58082	,03382	3,9416	4,0747

**Descriptives**

Loyalitas Mahasiswa

	Minimum	Maximum
S1-Ak	2,00	5,00
S1-Mj	2,60	5,00
D3-Ak	3,20	4,80
Total	2,00	5,00

**ANOVA**

Loyalitas Mahasiswa

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1,438	2	,719	2,148	,119
Within Groups	97,742	292	,335		
Total	99,180	294			

Universitas Terbuka