

**PERSEPSI NILAI MAHASISWA, CITRA INSTITUSI TERHADAP
KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN DAN KEPUASAN MAHASISWA
IKIP PGRI JEMBER PASCA AKREDITASI 2015**

**PERCEPTION OF STUDENT VALUE, IMAGE OF INSTITUTION ON
QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES SERVICES AND STUDENT
SATISFACTION IKIP PGRI JEMBER POST ACCREDITATION 2015**

TESIS

OLEH :

FARIDA UMI CHOIRIYAH

NIM : 150820101032

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2017



**PERSEPSI NILAI MAHASISWA, CITRA INSTITUSI TERHADAP
KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN DAN KEPUASAN MAHASISWA
IKIP PGRI JEMBER PASCA AKREDITASI 2015**

TESIS

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Magister Manajemen (S2) dan mencapai gelar Magister Manajemen

OLEH :

FARIDA UMI CHOIRIYAH

NIM : 150820101032

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS JEMBER

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Thesis : Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa Ikip Pgri Jember Pasca Akreditasi 2015

Nama Mahasiswa : Farida Umi Choiriyah

Nim : 150820101032

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui Tanggal : 24 Juli 2017

Menyetujui,

Dosen Pembimbing Umum

Dosen Pembimbing Anggota

Prof. Dr. Raden Andi Sularso MSM

Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M.

NIP. 19600413 198603 1 002

NIP. 19780525 200312 2 002

Mengetahui,

Pascasarjana Universitas Jember

Program Magister Manajemen

Ketua Program Studi

Dr. Hari Sukarno, M.M

NIP. 19610530 198802 1 001

PERSEMBAHAN

Tesis ini ku persembahkan kepada :

1. Abah dan ibuku (Syaiful & Wartik) tercinta yang kuta'dimi, dengan curahan do'a dan pengorbanannya hingga aku memperoleh gelar Magister
2. Segenap kakak-kakakku & keluarga besarku yang selalu memotivasiku
3. Sahabatku PTRUX cs dan orang yang menyayangiku
4. Keluarga besar PPI Darussalam Jember
5. Almamater Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember yang aku banggakan

MOTTO

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu, maka Allah SWT akan memudahkan baginya jalan ke Syurga”

(H.R.Muslim)



Said, M. 1986. *101 Hadits Tentang Budi Luhur*. Bandung : PT. ALMA'ARIF

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Farida Umi Choiriyah

NIM : 150820101032

Jurusan : Manajemen

Judul : Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layana Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2017

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tesis yang saya buat adalah benar benar hasil karya sendiri, kecuali jika disebutkan sumbernya dan belum pernah diajukan pada isntitusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata dikemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 27 Juli 2017

Yang menyatakan

Farida Umi Choiriyah

NIM. 150820101032

TESIS

**PERSEPSI NILAI MAHASISWA, CITRA INSTITUSI TERHADAP
KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN DAN KEPUASAN
MAHASISWA IKIP PGRI JEMBER PASCA AKREDITASI 2015**

Oleh

**Farida Umi Choiriyah
NIM 150820101032**

Pembimbing:

DosenPembimbingUtama : Prof. Dr. Raden Andi Sularso Msm.

Dosenpembimbinganggota : Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M.

HALAMAN PENGESAHAN TESIS

**PERSEPSI NILAI MAHASISWA, CITRA INSTITUSI TERHADAP
KUALITAS LAYANAN JASA PENDIDIKAN DAN KEPUASAN
MAHASISWA IKIP PGRI JEMBER PASCA AKREDITASI 2015**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Farida Umi Choiriyah
NIM. : 1508201010032
Program Studi : Magister Manajemen

telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal :

27 Juli 2017

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan memperoleh Magister Manajemen pada program studi (S2) Magister Manajemen Universitas Jember.

Susunan Tim Penguji

1. Ketua : Dr. Bambang Irawan M.Si (.....)
NIP. 196103171988021001
2. Sekretaris : Hadi Paramu MBA, Ph.D (.....)
NIP. 196901201993031002
3. Anggota : Dr. Sri Wahyu Lelly H.S. S.E., M.Si (.....)
NIP. 197405022000032001



Mengetahui/Menyetujui,
Universitas Jember
Dekan Fakultas EkonomidanBisnis,

Dr. MuhammadMiqdad S.E., MM., Ak,CA
NIP. 19710727 199512 1 001

RINGKASAN

Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015; Farida Umi Choiriyah, 150820101032; 2017: halaman; Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jember.

Persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia secara terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya (Slameto 2010). Sebagian mahasiswa memiliki persepsi nilai tersendiri terhadap sebuah perguruan tinggi. Persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas layanan jasa pendidikan di sebuah perguruan tinggi akan menimbulkan kepuasan mahasiswa yang bersangkutan. Selain persepsi nilai mahasiswa, juga terdapat citra institusi yang mempengaruhi terhadap kualitas layanan jasa yang diberikan pada akhirnya dapat menimbulkan kepuasan mahasiswa tersebut.

Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa IKIP PGRI Jember dengan pertimbangan mahasiswa yang dijadikan responden adalah angkatan mahasiswa 2013.1. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diambil dari pengisian kuesioner oleh 80 responden. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate stratified random sampling* untuk menentukan mahasiswa yang akan dijadikan objek penelitian, dilanjutkan dengan menggunakan *purposive sampling* untuk menentukan kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel, dan yang terakhir menggunakan teknik kuota sampling digunakan untuk penentuan kuota masing-masing program studi yang dijadikan objek penelitian. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square (PLS)*

Hasil penelitian menunjukkan dari 5 hipotesis yang diajukan terbukti berpengaruh atau diterima. Interpretasi hasil penelitian menggambarkan bahwa terdapat pengaruh persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas layanan jasa, citra institusi terhadap kualitas layanan jasa, kualitas layanan jasa terhadap kepuasan mahasiswa, persepsi nilai mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa dan citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci : Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi, Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa

SUMMARY

Perceptions of Student Values, Institutional Imagery on Quality of Education Services and Student Satisfaction of IKIP PGRI Jember Post Accreditation 2015; Farida Umi Choiriyah, 150820101032 ; 2017: page; Master of Management Program Faculty of Economics and Business Universitas Jember.

Perception is a process that involves the entry of messages or information into the human brain continuously establish relationships with the environment (Slameto 2010). Some mahasiswa have their own perception of value to a college. Perceptions of the value of students on the quality of education services in a college will cause student satisfaction in question. In addition to the perception of student values, there is also the image of institutions that affect the quality of services provided in the end can lead to student satisfaction.

This study took the population of IKIP PGRI Jember students with consideration of the students who made the respondents are students 2013.1. The data used in this study is the primary data taken from the questionnaire filling by 80 respondents. Sampling using proportionate stratified random sampling technique to determine the students who will be the object of research, followed by using purposive sampling to determine the criteria used in sampling, and the last use of quota sampling techniques used for the determination of the quota of each study program that made object research. The analytical method used is Partial Least Square (PLS)

The results showed that the proposed hypothesis proved to be influential or acceptable. Interpretation of research results illustrate that there is influence of perception of student value to service quality, image of constitution to service quality, service quality to student satisfaction, perception of student value to student satisfaction and institutional image to student satisfaction.

Keywords: Perception of Student Values, Institutional Image, Service Quality, Student Satisfaction

PRAKATA

Puji dan Syukur kami panjatkan ke Hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-nya sehingga kami dapat menyusun Thesis ini dengan baik dan tepat pada waktunya. dalam makalah ini kami membahas mengenai **“Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015”**

Penyusunan Thesis ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Raden Andi Sularso MSM. Selaku Pembimbing Umum (DPU)
2. Dr. Ika Barokah Suryaningsih, S.E., M.M. Selaku Pembimbing Anggota (DPA)
3. Segenap Karyawan Akademika Program Pascasarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
4. Neviyani, S.Pd., M.M kepala BAAK IKIP PGRI Jember telah memberikan informasi serta membantu dalam pelaksanaan penelitian.
5. Abah ibu dan kerabat yang tulus ikhlas memberikan pengorbanan baik material maupun spiritual kepada penulis
6. Rekan-rekan seperjuangan di MM 2015 kelas sabtu minggu dan MM konsentrasi pemasaran 2015, yang telah memberikan motivasi kepada penulis dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya yang telah memberikan sumbangsih bagi kelancaran penyusunan thesis ini

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang mendasar pada penulisan thesis ini. Oleh karena itu kami mengundang pembaca untuk memberikan saran serta kritik yang dapat membangun bagi penulis. Kritik konstruktif dari pembaca sangat penulis harapkan. Semoga thesis ini memberikan manfaat bagi pembaca dan kita sekalian.

Jember, 27 Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERNYATAAN	vi
HALAMAN PEMBIMBING	vii
HALAMAN PENGESAHAN	viii
RINGKASAN	ix
SUMMARY	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Persepsi	14
2.2 Citra Institusi	15
2.3 Kualitas Layanan	18
2.4 Kepuasan Mahasiswa	23
2.5 Tinjauan penelitian terdahulu	27
BAB 3. KERANGKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	33

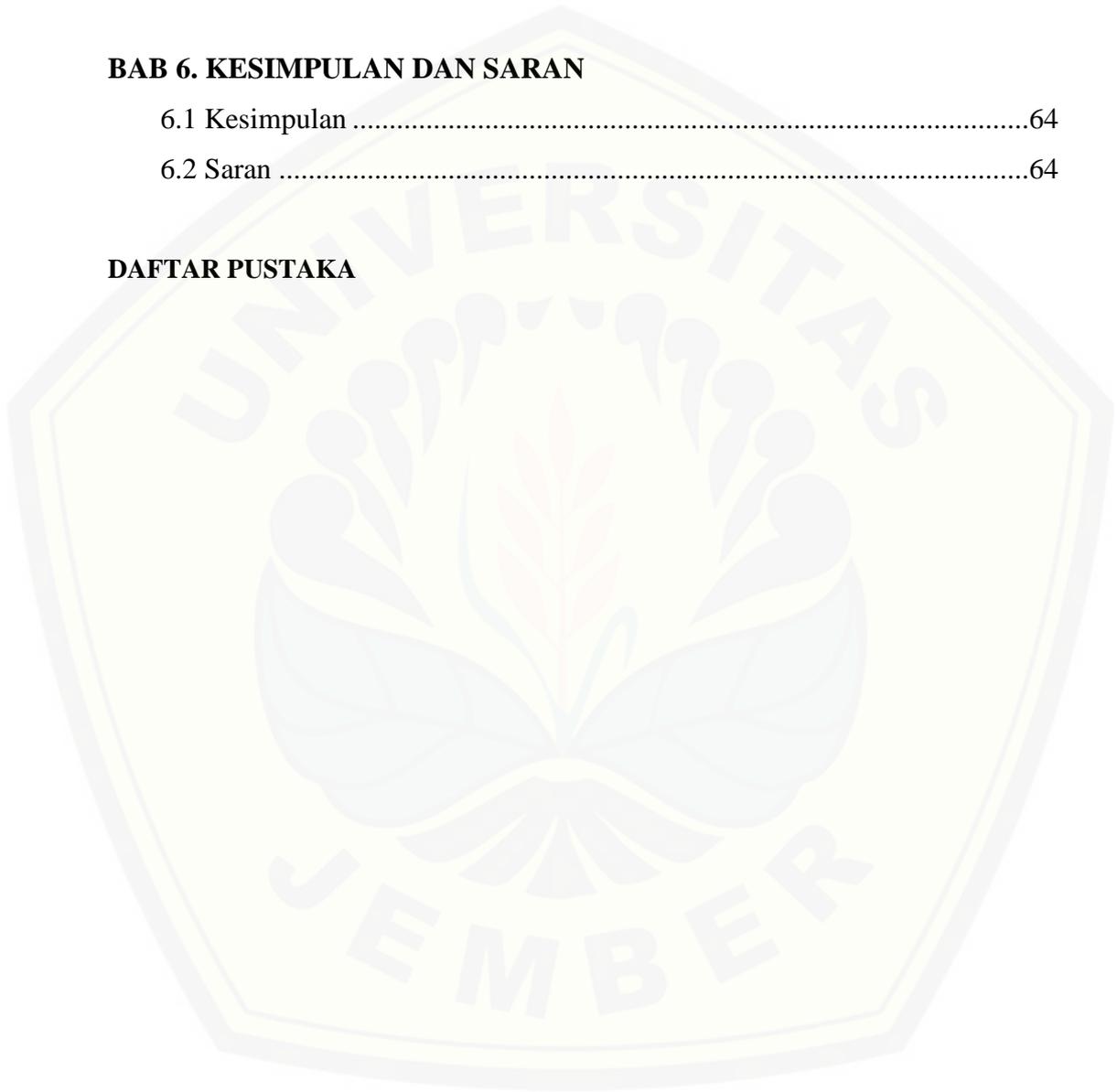
3.2 Hipotesis	33
BAB 4. METODE PENELITIAN	
4.1 Rancangan Penelitian.....	36
4.2 Populasi dan Sampel.....	36
4.2.1 Populasi	36
4.2.2 Sampel	37
4.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
4.3 Jenis dan Sumber Data.....	40
4.4 Identifikasi Variabel	40
4.5 Definisi Operasional Variabel	40
4.6 Skala Pengukuran	43
4.7 Metode Analisis Data	43
4.7 Teknik Analisis.....	45
BAB 5 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	49
5.1.1 Profil IKIP PGRI Jember	49
5.1.2 Karakteristik Responden	51
5.2 Analisis	51
5.2.1 Analisis statistik diskriptif	51
5.2.2 Persepsi nilai mahasiswa IKIP PGRI Jember	52
5.2.3 Citra institusi IKIP PGRI Jember.....	53
5.2.4 Kualitas layanan jasa IKIP PGRI Jember	54
5.2.5 Kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember	55
5.3 Evaluasi Model	55
5.3.1. Evaluasi Model (Outer Model)	55
5.3.2. Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	58
5.4 Hasil Analisis Jalur	58
5.5 Pembahasan Hasil Penelitian	61
5.5.1. Persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas layanan jasa pendidikan	61
5.5.2. Citra institusi terhadap kualitas layanan jasa pendidikan.....	62

5.5.3. Kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa	62
5.5.4. Persepsi nilai mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa	63
5.5.5. Citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa	63

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	64
6.2 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rekap Nasional Perguruan Tinggi Semester Genap 2016/2017	2
Tabel 1.2 Perguruan Tinggi di Jember	5
Tabel 1.3 Mahasiswa IKIP PGRI Jember sebelum Non Aktif dan Pasca Non Aktif 2015.....	6
Tabel 2.1 Alternatif Definisi Kepuasan Pelanggan.....	24
Tabel 4.1 Populasi Mahasiswa 2013.1 IKIP PGRI Jember	37
Tabel 4.2 Kuota Sampel Penelitian.....	39
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden Mahasiswa IKIP PGRI Jember.....	51
Tabel 5.2 Nilai Skor Responden Pada Indikator Variabel (X1)	52
Tabel 5.3 Nilai Skor Responden Pada Indikator Variabel (X2)	53
Tabel 5.4 Nilai Skor Responden Pada Indikator Variabel (Y1)	54
Tabel 5.5 Nilai Skor Responden Pada Indikator Variabel (Y2)	55
Tabel 5.6 Convergent Validity	56
Tabel 5.7 <i>Discriminant Validity</i>	57
Tabel 5.8 <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 5.9 Hasil <i>R Square</i>	58
Tabel 5.10 Path Coeficients	59

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual	33
Gambar 2.1 Model PLS Algorithm	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	71
Lampiran 2. Penelitian Terdahulu	74
Lampiran 3. Hasil Kuesioner	89
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	93
Lmpiran 5. Hasil R Square Dan Analisis Jalur	95
Lampiran 6. Gambar PLS Algorithm.....	96
Lampiran 7. Distribusi Frekuensi Item Kuesioner	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan salah satu faktor penting dalam rangka pengembangan sumber daya manusia, karena hal ini terkait langsung dengan tingkat kemampuan dan kemajuan masyarakat. Pendidikan mampu membentuk pola berfikir masyarakat kearah yang lebih baik dan dinamis. Semakin tinggi pendidikan suatu masyarakat maka semakin tinggi pula tingkat pembangunannya dan akan membantu peningkatan di bidang lainnya.

Pendidikan di Indonesia mengalami perkembangan. Pemerintah memiliki peran dan tanggung jawab dalam pendidikan di Indonesia karena diharapkan dapat meningkatkan kualitas SDM. Upaya peningkatan kualitas pendidikan oleh pemerintah yang memiliki program pendidikan 9 tahun diharapkan mampu mengurangi angka buta huruf yang tinggi di Indonesia (Kemendikbud). Peranan pemerintah melalui kebijakan pendidikan tidak akan maksimal tanpa partisipasi masyarakat. Kesadaran masyarakat bahwa pendidikan bukan sekedar formalitas, namun mengerti dan memahami dengan benar bagaimana untuk berinvestasi pada pendidikan.

Pemerintah berusaha memprioritaskan pembangunan di bidang pendidikan, khususnya kualitas pendidikan agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkualitas produktif. Lembaga pendidikan mempunyai fungsi utama menyediakan lulusan berkualitas, disiplin tinggi, mampu menjadi dinamisator, innovator, motivator dan penggerak pembangunan serta memproduksi tenaga tenaga kerja yang berkualitas untuk berbagai jenis dan tingkatan keahlian (Rinala, 2013).

Peningkatan kualitas sumber daya manusia dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yang berkualitas, baik lembaga pendidikan negeri

maupun lembaga pendidikan swasta. Lembaga pendidikan merupakan wadah pembentukan kualitas sumber daya manusia untuk mempersiapkan sumber daya manusia yang diperlukan bagi pembangunan masa depan melalui proses pendidikan (Qomariah, 2012). Proses pendidikan melibatkan unsur yaitu tenaga pengajar, mahasiswa, karyawan, orang tua, pemerintah, sarana dan prasarana dan serta pihak lain yang akan menentukan keberhasilan lembaga pendidikan dalam menghasilkan generasi muda yang berkualitas yang sesuai dengan tuntutan dan kemajuan zaman (Wantara, 2008).

Kini sebagai akibat dari kemampuan teknologi maka tingkat kesadaran masyarakat terhadap pendidikan makin meningkat seiring kebutuhan dan perkembangannya. Masyarakat makin sadar bahwa dalam menghadapi tantangan masa depan salah satunya dengan mempunyai pendidikan yang tinggi dan memadai. Tingginya tingkat pendidikan maka dibutuhkan konsekuenitas lembaga pendidikan yang dapat menampung minat masyarakat akan pendidikan. Salah satu lembaga pendidikan yang diperlukan pada era modern ini adalah Perguruan Tinggi.

Persaingan dalam sektor pendidikan dikalangan perguruan tinggi negeri maupun perguruan tinggi swasta dalam merebutkan pasar untuk menarik mahasiswa cukup tinggi karena banyaknya perguruan tinggi yang ada di Indonesia terdapat total 4492 perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri ataupun perguruan tinggi swasta. Tabel 1 berikut ini merupakan rekapitulasi nasional perguruan tinggi semester 2016/2017 genap :

Tabel 1.1 Rekap Nasional Perguruan Tinggi Semester Genap 2016/2017

	PERGURUAN TINGGI		
	NEGRI	SWASTA	TOTAL
PT	122	3.128	3250
PTA	78	987	1065
PTK	177	0	177
TOTAL	377	4115	4492

Sumber : Forlap Dikti 2017

Keterangan :

PT = semua perguruan tinggi dibawah dikti (PT umum).

PTA = perguruan tinggi agama dibawah kementerian agama.

PTK = perguruan tinggi kedinasan, semua selain dikti dan kementerian agama.

Data pada Tabel 1 terlihat secara umum jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) lebih banyak dibandingkan dengan Perguruan Tinggi Negeri (PTN) yang ada dan memiliki selisih 3006 Perguruan Tinggi. Meskipun Perguruan Tinggi Swasta (PTS) lebih banyak akan tetapi masih dipandang atau dianggap sebagai perguruan tinggi kelas dua oleh mahasiswa. Persepsi mahasiswa ini bahwa Perguruan Tinggi Swasta (PTS) menjadi alternative kedua yang mempunyai kualitas relative rendah dibandingkan Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Mahasiswa yang memilih Perguruan Tinggi Swasta (PTS) umumnya mereka yang tidak lulus seleksi ujian masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN).

Pengelola Perguruan Tinggi Swasta (PTS) memiliki tantangan dalam era globalisasi yang penuh dalam persaingan ini. Persaingan dikalangan perguruan tinggi negeri dan swasta semakin ketat dari waktu ke waktu, yang menyebabkan banyak perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta sulit meningkatkan jumlah mahasiswanya. Untuk mempertahankan kelangsungan hidup Perguruan Tinggi Swasta (PTS) maka dibutuhkan kualitas layanan yang baik dari perguruan tinggi, karena pentingnya kualitas layanan dalam perguruan tinggi dapat memuaskan mahasiswa. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aryani dan Rosinta (2010) menyebutkan bahwa kualitas layanan yang baik mampu menjadikan mahasiswa memberitahukan kepada calon mahasiswa yang lain. Pentingnya kualitas layanan yang diberikan oleh Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dengan baik akan memeberikan kepuasan kepada mahasiswa.

Peningkatan persaingan yang semakin tajam membuat sebuah organisasi ataupun perusahaan memusatkan perhatian pada peningkatan

kompetensi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang ada guna memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia hanya dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan yang berkualitas, baik lembaga pendidikan negeri maupun lembaga pendidikan swasta. Tekanan persaingan inilah yang diharapkan mampu meningkatkan minat masyarakat yang ingin melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tetapi kapasitas daya tampung mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (PTN) terbatas. Adanya kesempatan yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat untuk menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan memberikan peluang untuk munculnya Perguruan Tinggi Swasta (PTS) baru.

Beberapa Perguruan Tinggi Swasta (PTS) baru didirikan di kota kota dan di daerah daerah wilayah tanah air. Perguruan Tinggi Swasta (PTS) baru ini menyebabkan tingkat persaingan di sektor pendidikan semakin ketat, terutama dalam mendapatkan mahasiswa baru. Jumlah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di daerah yang bertambah secara tidak langsung menguntungkan masyarakat terutama calon mahasiswa, sehingga mahasiswa harus lebih selektif dan kritis dalam memilih alternative pilihan perguruan tinggi. Salah satu perguruan tinggi yang ada di daerah adalah perguruan tinggi di wilayah daerah Kabupaten Jember, dengan data hasil survei dari Jember informasi center (2017) yang disajikan pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 1.2. Perguruan Tinggi di Jember

No.	Nama Perguruan Tinggi	No.	Nama Perguruan Tinggi
1.	Universitas Jember	10.	Akademik Bahasa Asing Bhakti Pertiwi
2.	Institut Agama Islam Negeri Jember	11.	Akademik Akuntansi PGRI Jember
3.	Politeknik Negeri Jember	12.	Akademik Farmasi
4.	Universitas Islam Jember	13.	Akademik Kebidanaan Bina Husada

No.	Nama Perguruan Tinggi	No.	Nama Perguruan Tinggi
5.	Universitas Mochammad Sroedji	14.	Akademik Kebidanaan Dr. Soebandi
6.	Universitas Muhammadiyah Jember	15.	STIE Mandala
7.	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan	16.	Sekolah Tinggi Alkitab Jember
8.	Sekolah Tinggi Dirasat Islamiyah Imam Syafi'I Jember	17.	Sekolah Tinggi Agama Islam Al Falah As Suniyah
9.	IKIP PGRI Jember	18.	Akademik Pariwisata Muhammadiyah

Sumber : Jember Information Center 2017

Perguruan tinggi melalui program rogram studinya perlu memperoleh kepercayaan masyarakat dengan jaminan kualitas (*quality assurance*), pengendalian kualitas (*quality control*) dan perbaikan kualitas (*quality improvement*). Jaminan pengendalian dan pembinaan atau perbaikan kualitas dapat diberikan kepada perguruan tinggi atau program studi yang telah dievaluasi secara cermat melalui program akreditasi secara nasional Badan Akreditasi Perguruan Tinggi (BAN.PT). Menentukan mutu perguruan tinggi di tuangkan dalam paradigm baru yang menekankan pada tiga aspek yakni otonomi, kesehatan organisasi dan daya saing.

IKIP PGRI Jember merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta yang ada di daerah Jember yang sudah aktif berdiri sejak tanggal 20 September 1979 dengan No SK PT : 070Q1985 dengan memiliki 8 program studi. Fenomena yang terjadi pada tahun ajaran 2015 IKIP PGRI Jember dinyatakan tidak aktif oleh DIKTI sejak Desember 2014 karena IKIP PGRI Jember memiliki rasio dosen dan mahasiswa yang tidak seimbang yakni 1: 300. Selain itu dalam database di Forlap Dikti menyatakan bahwa mahasiswa IKIP mencapai 12.085 mahasiswa yang mana disajikan dalam Tabel 3 dibawah ini :

Tabel 1.3. Mahasiswa IKIP PGRI Jember sebelum Non Aktif dan Pasca Non Aktif 2015

Program Studi	Tahun Ajaran				
	2014.1	2014.2	2015.1	2015.2	2016.1
Bimbingan Konseling	574	324	271	236	146
Pendidikan Anak Usia Dini	7138	-	5426	4651	3729
Pendidikan Luar Biasa	534	476	362	291	371
Pendidikan Ekonomi	395	-	125	149	150
Pendidikan Sejarah	-	-	83	67	67
Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan	1029	-	147	148	159
Pendidikan Biologi	599	-	294	449	436
Pendidikan Matematika	1014	-	769	421	310

Sumber : Forlap Dikti 2017

Berdasarkan sumber data pada Tabel 3 bahwa dalam beberapa data yang masuk ke Forlap Dikti sebelum penonaktifan Desember 2014 terdapat kuota mahasiswa yang sangat besar yakni di Program Studi Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan yakni 1029 mahasiswa dan Pendidikan Anak Usia Dini 7138 mahasiswa, selain itu juga adanya beberapa program studi yang masuk dalam database Forlap Dikti yakni kosong. Hal ini menjadi salah satu kategori alasan DIKTI menonaktifkan. Selain itu adanya sistem kuota dosen dan kelas paralel atau kelas jauh di IKIP PGRI Jember yang menjadikan adanya mahasiswa yang meningkat terutama dalam program studi Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan yang bukan hanya di Induk IKIP PGRI Jember tapi juga memiliki kelas kelas yang berada di daerah daerah Jawa Timur sampai Madura, dan untuk rasio dosen yang dimiliki IKIP PGRI Jember (Induk) dan IKIP PGRI Jember di berbagai daerah adalah tetap sehingga rasio dosen dan mahasiswa tidak seimbang. Meskipun demikian dengan adanya fenomena penonaktifan IKIP PGRI Jember sistem pembelajaran di IKIP PGRI Jember

tetap berjalan namun dalam pembukaan ajaran 2015-2016 IKIP PGRI Jember tidak diperkenankan untuk menerima mahasiswa baru serta beasiswa untuk dosen dan karyawan di nonaktifkan.

Setelah dilakukan perbaikan database mahasiswa yang sudah tidak aktif selama dua semester, maka jumlah mahasiswa berkurang menjadi 7.743 mahasiswa dan IKIP PGRI Jember telah melakukan rekrutmen dosen sebanyak 93 orang dosen selama kurung masa penonaktifan IKIP PGRI Jember, sehingga total dosen saat ini mencapai 173 orang dosen dari data sebelum masa penonaktifan yang sebesar 80 orang dosen. Tanggal 8 Desember 2015 status IKIP PGRI Jember kembali aktif kembali dan sampai Tahun ajaran 2016.1 IKIP PGRI Jember masih membuka lowongan untuk menerima dosen.

Minat Calon mahasiswa untuk memilih Perguruan Tinggi sangat dipengaruhi oleh faktor persepsi mereka terhadap Perguruan Tinggi tersebut. Mahasiswa memilih perguruan tinggi yang telah mereka kenal dan memiliki citra yang baik. Seiring dengan hal tersebut, Hidajahningtyas (2013) menemukan bahwa faktor pembentukan Citra yang baik dipengaruhi oleh kualitas pelayanan jasa yang baik. Sikap demikian menjadi satu bukti bahwa perguruan tinggi yang memberikan kualitas layanan jasa yang baik akan berdampak mendapatkan citra yang baik. Kotler (2000:53) menyatakan bahwa sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat ditentukan oleh keyakinan mereka akan citra objek tersebut. Citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan pengaruh yang didapat seseorang dari suatu objek (Kusdiyanto, 2008).

Calon mahasiswa pada umumnya akan memilih perguruan tinggi yang menawarkan jasa pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan dianggap baik. Tilar (1998:46) mengemukakan bahwa faktor yang melandasi seseorang dalam menentukan pilihan atas bentuk dan jenis pendidikan antara lain adalah (1) citra atau reputasi lembaga, (2) program studi yang ditawarkan (3) dana

biaya yang harus dikeluarkan (4) fisik dan lokasi kampus (5) kinerja personal terlibat dalam pengelolaan jasa, serta faktor lain yang diluar lembaga pendidikan itu sendiri, seperti sosial budaya dan ekonomi. Keberhasilan perguruan tinggi membentuk citra dipengaruhi oleh beberapa faktor misalnya sejarah perguruan tinggi, kelengkapan sarana dan prasarana dan keberhasilan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Citra tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan informasi yang diterima seseorang terhadap suatu objek. Apabila informasi baik maka akan menimbulkan citra positif, namun apabila informasi yang diterima buruk maka akan menimbulkan citra negatif.

Perguruan tinggi sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan tidak terlepas dalam menjaga kualitas jasa yang diberikan kepada mahasiswa sebagai konsumen untuk meningkatkan kepuasan. Kualitas layanan jasa memegang peran sentral dalam organisasi bisnis maupun non bisnis dewasa ini, baik yang bergerak di bidang jasa atau manufakturing. Dalam meningkatkan mutu dan kepuasan mahasiswa, maka perguruan tinggi harus bersungguh sungguh memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan pada mahasiswa dan memperbaiki kekurangan yang ada. Perbaikan tersebut mungkin dengan menjalankan program pelayanan akademik yang mampu memenuhi tuntutan dan kepuasan para mahasiswa.

Kualitas layanan merupakan inti kelangsungan hidup sebuah lembaga. Gerakan revolusi mutu melalui pendekatan manajemen mutu terpadu menjadi tuntutan yang tidak boleh diabaikan jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang. Persaingan yang semakin ketat akhir ini menuntut sebuah perguruan tinggi untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada mahasiswa.

Kualitas layanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perguruan tinggi tersebut. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai

persepsi penggunaan layanan mengenai baik buruknya suatu layanan. Kualitas layanan merupakan persepsi pengguna layanan mengenai layanan yang diberikan oleh seorang individu. Pernyataan ini didukung oleh penelitian Prasetyaningrum (2009) bahwa semakin baik kualitas layanan jasa pendidikan yang diberikan maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan mahasiswa.

Persaingan yang semakin ketat, banyak perguruan tinggi yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan mahasiswa yang menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Kunci utama memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing (Kotler, 2009:58). Setiap perguruan tinggi harus memiliki strategi pemasaran yang baik, tepat serta sesuai standar yang ada agar bertahan dan terus berkembang dalam dunia pendidikan.

Elliot dan Shin dalam Atmaja (2011) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi oleh mahasiswa terhadap berbagai *outcome* dan pengalaman yang berkaitan dengan pendidikan. Kepuasan pelanggan memegang peranan penting dan kritis bagi kelangsungan dan perkembangan kehidupan suatu perusahaan. Dengan mendengarkan konsumen kemudian merespon keinginan atau permintaan akan memberikan hasil yang lebih memuaskan dan membuat konsumen menjadi loyal (A.E. Ellinger *et al.*, dalam Manullang, 2008).

Anderson *et al.*, (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas akan kualitas layanan jasa yang di berikan, maka dapat menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan loyal. Namun penurunan jumlah pelanggan kemungkinan terjadi berkaitan dengan beralihnya pelanggan ke perusahaan pesaing disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Umpan balik dari pelanggan secara langsung atau dari fokus grup atau keluhan pelanggan merupakan alat untuk mengukur kepuasan pelanggan (Rangkuti 2008).

Terkait dengan perguruan tinggi, mengukur kepuasan mahasiswa merupakan dampak dari perbandingan antara harapan mahasiswa dengan pelayanan yang didapatkan pada saat mereka mendaftar dan menjadi mahasiswa baru di sebuah universitas (Nurjanah 2013). Oleh karena itu tepat bagi pengelola Perguruan Tinggi Swasta (PTS) untuk mendapatkan masukan tentang kualitas pelayanan yang diberikan berdasarkan penilaian mahasiswa. Pada dasarnya penilaian mahasiswa atas kualitas pelayanan ada dua hal yaitu harapan pelanggan dan penilaian pelanggan atas kualitas pelayanan, yang nantinya akan menentukan kepuasan pelanggan yakni kepuasan mahasiswa.

Kepuasan pengguna jasa yakni mahasiswa merupakan ukuran dalam menjadikan keberhasilan lembaga pendidikan dalam mengelola lembaganya serta tetap mengutamakan mutu akademik sebagai produk jasa yang harus dicapai. Salah satu bentuk tanggung jawab lembaga pendidikan terhadap pengguna jasa adalah menjaga kualitas pendidikan melalui pengakuan dari sebuah Badan Akreditasi Nasional. Akreditasi terhadap program studi merupakan bentuk pertanggung jawaban sebuah Perguruan Tinggi kepada public. Pasal 7 Keputusan Mendiknas RI No 004/U/2002 tentang Akreditasi Program Studi Pada Perguruan Tinggi. Hal ini mempunyai makna bahwa masyarakat yang menggunakan lembaga pendidikan yang telah terakreditasi berarti ia mengikuti suatu program pendidikan yang kualitasnya dinilai oleh suatu kelompok pakar dan dinyatakan memenuhi syarat (Wantara, 2008).

Aryani dan Rosinta (2010) dalam penelitiannya menguji pengaruh kualitas pelayanan pendidikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa Universitas Widyatama. Hasilnya menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan Universitas Widyatama terhadap kepuasan mempunyai pengaruh. Pengaruh terbesar diperoleh dari variabel keandalan kemudian di ikuti variabel daya tanggap dan empati, sementara untuk pengaruh terkecil diperoleh variable kepastian. Penelitian mengenai kualitas pelayanan dilakukan oleh Rinala (2007) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berhubungan dengan kepuasan

konsumen. Konsumen yang puas akan menggunakan kembali layanan dan menyarankan orang lain untuk menggunakan layanan tersebut.

Merujuk pada penelitian Prasetyaningrum (2009) membuktikan kualitas pelayanan jasa pendidikan yang baik akan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Hasil tersebut juga didukung oleh Susanto (2009) bahwa kualitas pelayanan jasa pendidikan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, maka dapat dikatakan mahasiswa yang puas cenderung memberikan persepsi positif ke khalayak lain terhadap institusi yang bersangkutan. Penelitian tersebut di bantah oleh Qomariah (2012) dalam Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan menyimpulkan hasil bahwa kualitas layanan pendidikan yang diberikan oleh pihak Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa yang artinya kualitas layanan belum mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Hubungan antara persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas dan kepuasan mahasiswa berpengaruh positif signifikan diteliti oleh Yamin (2013) dan Haris (2014). Penelitian tentang hubungan ini sangat jarang terjadi, sehingga peneliti hanya mempunyai satu jurnal rujukan. Oleh karena masih belum banyak riset yang belum meneliti hubungan ini, maka peneliti tertarik untuk meneliti hubungan tersebut. Berdasarkan fenomena yang ada dan gap dari penelitian terdahulu, peneliti tertarik meneliti Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah:

1. Apakah Persepsi Nilai Mahasiswa berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015 ?

2. Apakah citra institusi berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015 ?
3. Apakah kualitas layanan jasa pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015 ?
4. Apakah Persepsi Nilai Mahasiswa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015 ?
5. Apakah citra institusi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas layanan jasa pendidikan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh citra institusi terhadap kualitas layanan jasa pendidikan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.
3. Menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh persepsi nilai mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.

1.4 Manfaat Penelitian

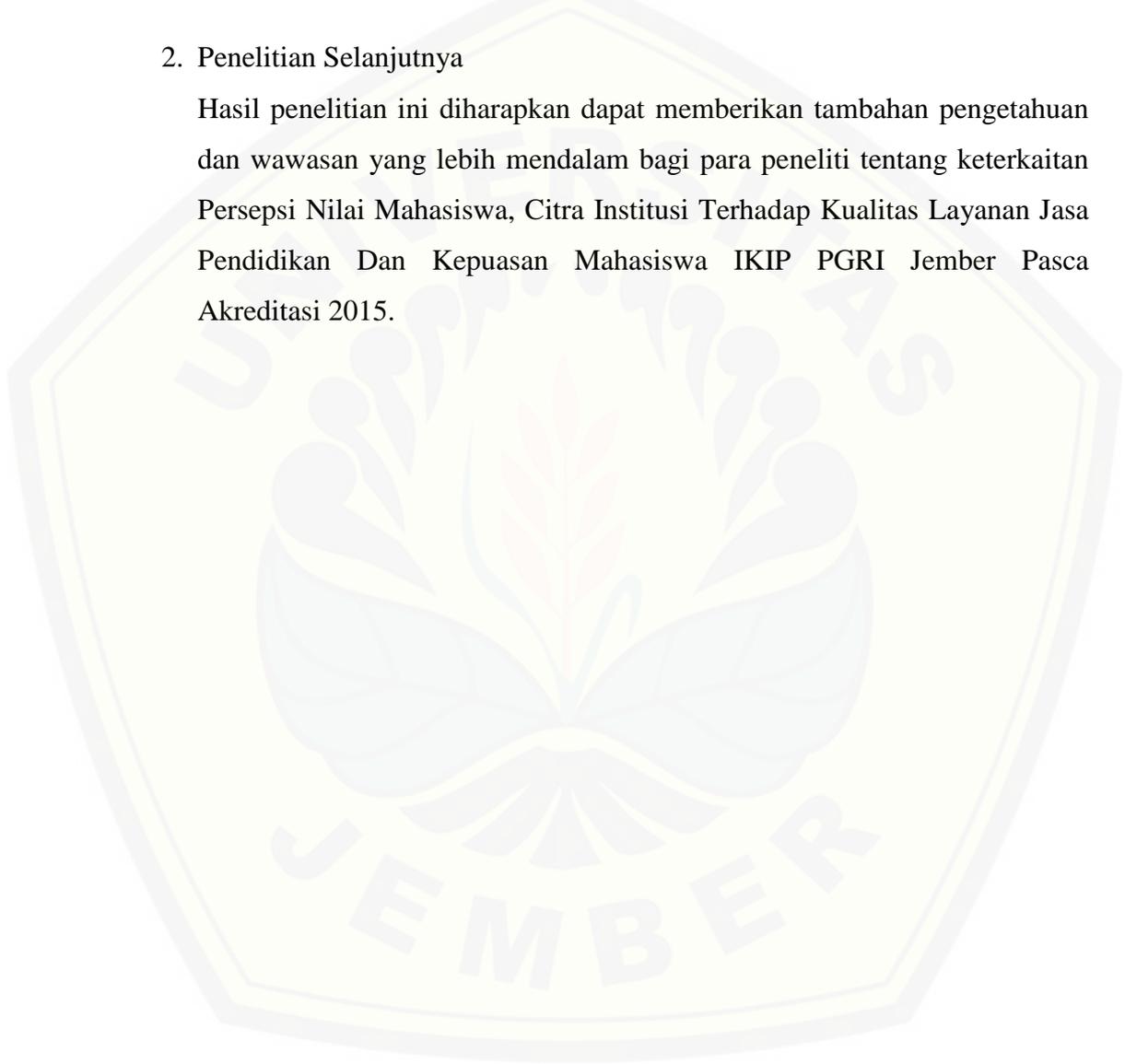
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat bagi beberapa pihak antara lain pengembangan ilmu pengetahuan, institusi dan peneliti

1. Institusi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk masukan positif serta menjadi bahan pertimbangan dan evaluasi bagi institusi dalam menciptakan Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.

2. Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan yang lebih mendalam bagi para peneliti tentang keterkaitan Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Persepsi

Persepsi menurut Jalaluddin Rakhmat (2002) adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Menurut Slameto (2010) persepsi adalah proses yang menyangkut masuknya pesan atau informasi kedalam otak manusia terus menerus mengadakan hubungan dengan lingkungannya. Hubungan ini dilakukan lewat panca inderanya.

Kotler dan Keller (2009), persepsi adalah proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti. Berdasarkan kamus besar psikologi, persepsi diartikan sebagai suatu proses pengamatan seseorang terhadap lingkungan dengan menggunakan indra-indra yang dimiliki sehingga ia menjadi sadar akan segala sesuatu yang ada di lingkungannya. Menurut

Nilai pelanggan merupakan kombinasi kualitas, pelayanan, harga dari suatu penawaran jasa. Nilai terharat pada pelanggan adalah selisih antara jumlah nilai bagi pelanggan dan jumlah biaya dari pelanggan, dan jumlah nilai bagi pelanggan adalah sekelompok keuntungan yang diharapkan pelanggan dari barang atau jasa tertentu. Iqbal (2011) nilai pelanggan atau *customer perceived value* yaitu persepsi pelanggan terhadap nilai dimana perusahaan harus mempertimbangkan nilai dalam mengembangkan produk jasanya sehingga sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Persepsi dapat di tinjau dari nilai dan Harapan.

Engel dalam Iqbal (2011) Nilai merupakan terminal dan instrument atau tujuan kemana perilaku diarahkan, dan sasaran pencapaian tujuan itu.

Psikologi sosial membedakan nilai-nilai dengan nilai, dimana nilai-nilai adalah manifestasi kognitif atas tuntutan universal manusiawi, seperti kebutuhan biologis, tuntutan interaksi sosial dan tuntutan pranata sosial terhadap individu. Morris Holbrook dalam James G Barnes (2001) mengungkapkan bahwa nilai adalah preferensi yang bersifat relative (komparatif, personal dan situasional) yang memberi ciri pada pengalaman seseorang dalam berinteraksi dengan beberapa objek. Poin terakhir dan sangat penting menurut Holbrook adalah bahwa nilai berkaitan dengan pengalaman dan menyangkut bukan hanya pembelian suatu objek, tetapi juga konsumsi dan penggunaan suatu pelayanan jasa.

Harapan dalam konteks kualitas dan jasa dan kepuasan, telah tercapai konsesus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun harapan. Menurut Olson dan Dover dalam Zeithaml *et al.*, (2009) harapan merupakan keyakinan sebelum mencoba atau membeli suatu produk barang atau jasa, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja kualitas pelayanan tersebut. Meskipun demikian, dalam beberapa hal belum tercapai kesepakatan, misalnya mengenai sifat standar harapan yang spesifik, jumlah standar yang digunakan, maupun sumber harapan. Schiffman dan Kanuk (2007) mengemukakan bahwa orang biasanya melihat apa yang mereka harapkan untuk dilihat, dan apa yang mereka harapkan untuk dilihat biasanya berdasarkan pada apa yang diketahui, pengalaman sebelumnya, atau keadaan yang hendaknya ada (harapan).

2.2 Citra Institusi

Citra merupakan peran yang terpusat pada persepsi pelanggan akan kualitas jasa atau kualitas layanan. Citra merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan atau organisasi lainnya. Oleh karena itu penting sekali untuk mengelola citra dengan suatu cara yang tepat. Citra adalah seperangkat kepercayaan, daya ingat dan kesan-kesan yang dimiliki

seseorang terhadap suatu objek (Kotler, 2004:338). Identitas merupakan cara perusahaan atau organisasi menampilkan dirinya pada masyarakat. Identitas dapat berupa logo perusahaan visi dan misi institusi, atau penampilan fisik institusi yang membedakannya dengan institusi pesaing (dapat berupa seragam pegawai, interior / eksterior gedung, alat transportasi, lingkungan, brosur dan lain sebagainya) menurut Keller (2003:146).

Menurut Zeithaml (2009:56) citra perusahaan yang baik merupakan asset bagi kebanyakan perusahaan, karena citra dapat berdampak kepada persepsi atas kualitas, nilai dan kepuasan. Citra dapat mempunyai pengaruh pada tingkah laku pembelian pelanggan terlebih bagi perusahaan jasa dimana ketika jasa sulit dievaluasi, citra perusahaan diyakini menjadi faktor penting yang mempengaruhi kualitas layanan, evaluasi pelanggan atas kepuasan yang dirasakan pelanggan dari jasa yang diberikan (Wuryan dan Djoko Legowo, 2009). Citra merupakan reputasi dan prestasi yang ingin dicapai, walaupun citra merupakan sesuatu yang abstrak dan tidak dapat diukur secara sistematis, namun wujudnya dapat dirasakan dari hasil penelitian baik dan buruk yang datang dari masyarakat luas. Penilaian tersebut dapat berkaitan dengan adanya rasa hormat (*respect*), kesan kesan yang baik berakar pada nilai nilai kepercayaan.

Horrison dalam Atmaja (2011) Informasi yang lengkap mengenai citra perusahaan meliputi empat elemen sebagai berikut :

a. *Personality*

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran.
Contoh : Perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab social

b. *Reputation*

Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik berdasarkan sendiri maupun pihak lain. Contoh : kinerja keamanan transaksi sebuah bank

c. *Value*

Nilai nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan. Contoh : sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan maupun keluhan pelanggan.

d. *Corporate Identity*

Komponen komponen yang mempermudah pengenalan publik terhadap perusahaan. Contoh : Logo, Warna dan Slogan

Citra perlu dibangun secara jujur agar dipersepsikan oleh publik secara baik dan benar, dalam arti ada konsistensi antar citra dengan realistik. Citra tidak bisa dibangun dengan kebohongan informasi. Ketika tidak konsistensi antara kinerja nyata dan citra yang di komunikasikan, realistik akan menang. Komunikasi organisasi yang dirasakan tidak dipercaya, akan merusak citra bahkan mungkin lebih parah lagi. Jadi, citra dibangun diatas informasi yang tidak benar maka tidak akan mampu menaikkan citra, malah sebaliknya citra akan menjadi rusak. Dengan demikian, sebenarnya citra adalah realistik, oleh karena itu pengembangan dan perbaikan citra harus didasarkan pada realita. Dalam mengkomunikasikan produk atau programnya suatu organisasi harus menggambarkan realitas yang sebenarnya.

Andreassen *et.al* (1997) menyatakan bahwa faktor faktor pembentuk citra perusahaan adalah :

Advertising

- 1) *Advertising* adalah proses keseluruhan yang meliputi penyiapan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan penyampain iklan.

- 2) *Public Relation*
- 3) *Public Relation* adalah usaha yang direncanakan secara terus menerus dengan sengaja guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakat. Pendapat ini menunjukkan bahwa *public relation* dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi.
- 4) *Physical Image*
physical image adalah bukti fisik yang dapat memberikan citra diri bagi perusahaan dimata konsumennya
- 5) *Actual experience*
Actual Experience adalah pengalaman yang langsung dirasakan pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Alma (2005:78) menyatakan bahwa komponen yang membentuk citra Institusi dalam Perguruan Tinggi antara lain: reputasi akademis, penampilan kampus, iuran, pelayanan karyawan, lokasi dan jarak kampus, alumni, penempatan kerja, kegiatan social dan program studi. Citra atau reputasi Perguruan Tinggi sebagai salah satu faktor dalam meningkatkan daya saing dan juga merupakan salah satu elemen kunci *intangibile resources* yang akan menjadi sumber dari penciptaan kondisi keunggulan daya saing yang berkelanjutan (*sustainable competitive advantage*). Citra institusi adalah bukan hanya sekedar nama, bukan sekedar nilai atau kombinasi dari semuanya tetapi lebih dari itu bahwa citra institusi merepresentasikan layanan pendidikan tinggi yang berbeda dengan pendidikan tinggi lainnya.

2.3 Kualitas Layanan

Kualitas adalah setiap barang yang di pasarkan mempunyai nilai yang lebih agar barang tersebut laku dipasaran untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian dan konsumsi yang dapat memenuhi

keinginan serta kebutuhan (Tjiptono, 2004:36). Kualitas layanan didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithmal 1998). Parasuraman dkk (1998) mendefinisikan kualitas layanan sebagai suatu bentuk sikap, berkaitan tetapi tidak sama dengan kepuasan, sebagai hasil dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Ndraha (1998:39) berpendapat bahwa manajemen harus memahami keseluruhan layanan yang ditawarkan dari sudut pandang pelanggan. Barata (2006:102) ukuran kualitas layanan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayani saja tetapi banya ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena mereka yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas layanan (Winahyuningsih dan Edris 2012).

Pelanggan menilai kualitas layanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan. Parasuraman (1998) menyebutkan bahwa layanan berarti derajat perbedaan yang timbul dari proses layanan dan interaksi antara penyedia layanan dengan konsumen. Permasalahan mengenai layanan kini mendapat perhatian yang lebih besar dari banyak organisasi global, dan dianggap sebagai alat yang dapat mempengaruhi arus pendapatan suatu organisasi atau perusahaan (Dewi,2014)

Faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan jasa yaitu : jasa yang diharapkan dan jasa yang dirasakan. Apabila jasa yang dirasakan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas tersebut akan dipersepsikan baik. Jika jasa yang dipersepsikan melebihi jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya. Baik tidaknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten (Manullang, 2008). Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas jasa merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi (Prasetyo, 2013)

Dimensi kualitas layanan dapat diidentifikasi melalui penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman *et al.*, (1998) yang dikenal sebagai SERVQUAL sebagai berikut :

a. *Tangibles*

Berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi, penampilan, saran dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

b. *Reliability*

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, konsisten, dan sesuai harapan. Sesuia dengan harapan pelanggan berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi tinggi.

c. *Responsiveness*

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan misalnya kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan dalam proses transaksi dan penanganan keluhan pelanggan.

d. *Assurance*

Kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen, misalnya kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, ketrampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan didalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

e. *Empathy*

Kesediaan karyawan dan pengusaha memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada pelanggan dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

Pihak manajemen telah menerapkan kelima dimensi kualitas jasa sebagai acuan penerapan konsep pemasaran, tetapi masih terjadi kesenjangan atau gap antara kualitas jasa yang dipersepsikan dan diterima pelanggan dengan apa yang mereka harapkan. Kesenjangan kualitas adalah hal yang penting karena hal itulah yang merupakan penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap apa yang diharapkan dibandingkan dengan apa yang diterima (Lovelock dan Wright, 2007:97). Hal ini teridentifikasi dalam lima gap (Kotler dan Keller 2007:55) adalah :

- 1) Kesenjangan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen
Yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi manajemen mengenai harapan konsumen. Manajemen tidak selalu memahami dengan tepat apa yang diinginkan pelanggan
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dengan spesifikasi mutu jasa
Yaitu perbedaan antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin memahami dengan tepat keinginan pelanggan tetapi tidak dapat menetapkan standar kinerja.
- 3) Kesenjangan antara spesifikasi mutu jasa dengan penyerahan jasa
Yaitu perbedaan antara spesifikasi kualitas jasa dengan jasa yang secara aktual disampaikan. Karyawan mungkin kurang terlatih, tidak mampu atau tidak mematuhi standar.
- 4) Kesenjangan antara penyerahan jasa dengan komunikasi eksternal pada konsumen
Yaitu merupakan perbedaan antara minat penyampaian jasa dan apa yang dikomunikasikan tentang jasa kepada pelanggan. Harapan

pelanggan di pengaruhi oleh pernyataan yang dikeluarkan oleh perwakilan serta iklan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

5) Kesenjangan antara persepsi jasa dan jasa yang diharapkan

Yaitu perbedaan antara kinerja aktual dan persepsi pelanggan terhadap jasa. Kesenjangan ini terjadi apabila pelanggan tersebut memiliki persepsi yang keliru tentang mutu jasa tersebut.

Kualitas (*Quality*) merupakan konstruk yang penting dalam dunia bisnis, termasuk didalam bisnis jasa. Banyak definisi yang dapat digunakan untuk menjelaskan pengertian kualitas dan berbagai konteks. Didalam penelitian manajemen, kualitas harus dikonseptualisasikan dengan suatu definisi operasional sehingga dapat diukur dengan suatu instrumen yang diciptakan untuk keperluan tersebut. Menurut Kotler (2000:69), bahwa kualitas jasa merupakan keseluruhan sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh terhadap kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Banyak penelitian yang dilakukan oleh para pakar di bidang manajemen jasa untuk mengetahui secara rinci dimensi kualitas jasa, termasuk menentukan dimensi yang paling menentukan dalam kualitas jasa. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis industry jasa. Ada 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu *access, communication, competence, courtesy, credibility, reliability, responseiveness, security understanding* dan *tangibles*. Selanjutnya, Parasuraman ,*et al.*, (1998) kembali melakukan penelitian pada kelompok fokus (Fokus grup) baik pengguna maupun penyedia jasa.

Parasuraman, *et al.*, (1998) menyatakan bahwa kualitas layanan merupakan fungsi dari apa yang diterima secara aktual oleh konsumen (kualitas teknis) dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan. Oleh karena itu, Susanto (2012) menyebutkan bahwa layanan konsumen merupakan segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan, dan memenuhi pesanan

pelanggan dan untuk menindaklanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.

Dengan meningkatnya persaingan yang terus berkelanjutan, kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi sangat penting peranannya dalam ruang lingkup bisnis. Kotler dan Keller (2009:88) menyatakan bahwa konsumen menciptakan harapan-harapan layanan dari pengalaman masa lalu, komunikasi *word of mouth* dan iklan. Konsumen membandingkan jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan. Konsumen akan kecewa jika jasa yang dipersepsikan berada dibawah jasa yang diharapkan, demikian pula sebaliknya.

Kualitas Pelayanan, menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2004:42), didefinisikan sebagai ukuran seberapa baik tingkat pelayanan yang diberikan, serta sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Artinya bahwa kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Parameter kualitas layanan menurut Parasuraman (1998) yang dijadikan indicator daalm penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fasilitas
2. Ketepatan waktu
3. Ketanggapan Pelayanan
4. Kepercayaan
5. Pemahaman kebutuhan

2.4 Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan merupakan salah satu tujuan adanya produk atau jasa yang ditawarkan, kepuasan merupakan ukuran bagi sebuah perusahaan terkait apakah penyampaian nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan sudah sampai dengan baik atau belum. Fandy Tjiptono (2011) mengutip beberapa definisi kepuasan antara lain :

- a. Kepuasan dikonseptualisasikan sebagai perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.
- b. Kepuasan merupakan penilaian bahwa fitur produk atau jasa itu sendiri memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan konsumsi yang menyenangkan.

Hunt dalam Dimiyati (2004:59) menyatakan ada beberapa definisi kepuasan pelanggan yang diklasifikasikan kedalam lima kategori, yang disajikan pada Tabel 4. Sebagai berikut :

Tabel 2.1. Alternatif Definisi Kepuasan Pelanggan

No	Persektif	Definisi Kepuasan pelanggan
1.	<i>Normative Deficit Definition</i>	Perbandingan anatar hasil (<i>outcome</i>) aktual hasil yang secara kultural dapat diterima
2.	<i>Equity Definition</i>	Perbandingan perolehan atau keuntungan yang didapat dari pertukaran social, bila perolehan tersebut tidak sama, maka pihak yang dirugikan tidak puas
3.	<i>Normative Standart Definition</i>	Perbandingan antara hasil aktual dengan harapan standar pelanggan (yang dibentuk dari pengalaman dan keyakinan mengenai tingkat kinerja yang seharusnya diterima dari merek tertentu)
4.	<i>Procedural Fairness Definition</i>	Kepuasan merupakan fungsi dari keyakinan atau persepsi konsumen bahwa sudah diperlakukan secara adil
5.	<i>Attributional Definition</i>	Kepuasan tidak hanya ditentukan oleh ada tidaknya diskonfirmasi harapan, namun juga oleh sumber penyebab diskonfirmasi

Sumber : Dimiyati (2004:59)

Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja hasil suatu produk dan harapan harapannya (Kotler, 2002:42). Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti 2008:30)

Swan *et al.*, dalam Tjiptono (2004:28) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan / pemakaiannya. Sedangkan menurut Barata (2006:43) untuk dapat melihat tingkat kepuasan harus dibedakan tingkat kepuasan antara yang diharapkan sebelum menerima layanan serta sesudah menerima layanan. Oliver (1997) berpendapat bahwa tujuan pengukuran kepuasan pelanggan adalah untuk memberikan informasi supaya pelanggan menjadi loyal dan dapat meningkatkan kinerja keseluruhan suatu perusahaan. Konsumen yang merasa puas memiliki ciri ciri sebagai berikut (Kotler 2000:91) :

a. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama

b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut kemulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif adalah rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal hal yang baik mengenai produk perusahaan

c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain.

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

Dewi (2014) menyatakan pelanggan dapat mengalami berbagai tingkat kepuasan dan ketidakpuasan setelah mengalami atau merasakan masing masing jasa sesuai dengan sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau terlampaui. Harapan adalah standar internal yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas suatu pengalaman jasa (Lovelock dan Wright 2007:93). Sebuah perusahaan harus menjaga kualitas jasa yang ditawarkan kepada pelanggan. Apabila kualitas jasa yang diterima oleh pelanggan lebih baik atau sama dengan yang dibayangkan, maka

pelanggan cenderung akan mencoba kembali. Akan tetapi apabila *perceived service* lebih rendah dari *expected services* maka pelanggan akan kecewa yang mengakibatkan konsumen berhenti berhubungan dengan perusahaan yang bersangkutan (Alma, 2005:282)

Prinsipnya terdapat 3 kunci dalam memberikan kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2004:23) yaitu :

- 1) Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan (termasuk memahami tipe-tipe pelanggan)
- 2) Mengembangkan data base yang akurat tentang pelanggan (termasuk kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan)
- 3) Pemanfaatan informasi yang didapat dari riset pasar dalam kerangka pemasaran *strategic*.

Mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan 4 hal, yaitu mengidentifikasi setiap pelanggannya, memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas pelayanan, memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan dan memahami siklus pengukuran serta umpan balik dari kepuasan pelanggan (Tjiptono 2004) .

Menurut Kotler (2008:86) “*Satisfaction is a person’s feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product’s perceived performance (or outcom) in relation to his or her expectation*“, bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang dibandingkan dengan harapan. Jadi kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi. Sebuah pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Zeithaml (2009) kepuasan konsumen dalam penelitian ini adalah mahasiswa dapat di ukur melalui :

- a. Tidak ada keluhan tentang pelayanan dan produk
- b. Perasaan puas pelanggan tentang keseluruhan pelayanan dan produk

c. Kesesuaian dengan ekspektasi pelanggan

Pada dasarnya tujuan dari suatu instansi adalah untuk menciptakan pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan mahasiswa akan memberikan manfaat akan hubungan mahasiswa dan Institusi menjadi harmonis. Pengukuran kepuasan konsumen merupakan elemen penting bagi sebuah instansi ataupun perusahaan. Kepuasan konsumen tergantung pada anggapan kinerja produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relatif terhadap harapan pembeli, dan pelanggan yang puas akan kurang tertarik dengan tawaran pesaing (Lovelock dan Wirtz, 2007). Sehingga kepuasan konsumen dalam hal penelitian ini mahasiswa adalah mediator untuk semua kualitas layanan yang dirasakan.

2.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan penulis untuk menentukan beberapa hal yang berhubungan dengan teori dan sistematika penelitian ini. Yamin (2013) melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui persepsi nilai, persepsi kualitas dan citra perusahaan terhadap kepuasan pelanggan pada Astra Daihatsu International Paal 2 Manado. Populasi penelitian ini 531 konsumen Daihatsu dan diambil 85 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik stratified random sampling. Menggunakan analisis regresi linier berganda dan hasilnya menunjukkan bahwa persepsi nilai, persepsi kualitas dan citra perusahaan secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Astra Internasional Daihatsu.

Iqbal (2011) melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui pengaruh persepsi nilai, harapan dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada penyedia jasa internet di Jabodetabek. Dengan hasil persepsi nilai berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Haris (2014) melakukan penelitian dengan tujuan mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan jasa

perpusatakaan STPMD “APMD” Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini ada 94 mahasiswa yang telah terdaftar sebagai anggota perpustakaan STPMD “APMD” Yogyakarta, dan pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Di olah dengan menggunakan SPSS dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan perpustakaan STPMD “APMD” Yogyakarta dikategorikan baik dan berpengaruh. Selly (2012) melakukan penelitian persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan pendidikan FIP IKIP PGRI Madiun dengan responden 293 mahasiswa dan hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan pendidikan memiliki pengaruh kuat .

Dewi (2014), melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian selanjutnya oleh Hidajahningtyas (2013) untuk menguji pengaruh citra, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pasien di poliklinik eksekutif rumah sakit daerah dr. Soebandi di Kabupaten Jember. Variabel yang digunakan adalah citra, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Analisis yang digunakan adalah *Partial Least Square* (PLS). Hasil penelitian ini menyatakan Citra berpengaruh terhadap kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pasien. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas pasien.

Tujuan dari Penelitian Prasetyaningrum (2009) untuk analisis pengaruh pembelajaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan

loyalitas mahasiswa (Studi kasus pada Undris Ungram). Variabel yang digunakan adalah pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Penelitian ini dilakukan dengan metode survei. Data dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan program AMOS 4.0. Hasil penelitian ini terdapat pengaruh positif antara variable kualitas pelayanan terhadap variable kepuasan mahasiswa, terdapat pengaruh antara variable kepuasan mahasiswa terhadap variable loyalitas.

Rinala (2013) melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa pada sekolah tinggi pariwisata Nusa Dua Bali. Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Data dianalisis dengan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil yang diperoleh penelitian ini adalah kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, sedangkan kualitas pelayanan akademik secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali

Sugihartono (2009) melakukan penelitian analisis pengaruh citra, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pada PT. Pupuk Kalimantan Timur, sales *representative* Kabupaten Grobongan). Variabel yang digunakan adalah Citra, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas. Menggunakan metode sensus, metode pengambilan data dengan wawancara dan kuesioner. Alat analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh citra, kualitas layanan dan reputasi perusahaan. Semakin baik citra kualitas layanan dan reputasi perusahaan maka semakin meningkat pula loyalitas konsumen.

Tujuan dari penelitian Qomariah (2012) untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel yang digunakan adalah kualitas layanan, citra institusi, nilai-nilai keislaman, kepuasan dan loyalitas. Analisis yang

digunakan adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa, citra institusi berpengaruh terhadap kepuasan tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas, dan variable nilai nilai keislaman berpengaruh terhadap kepuasan tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas, variable kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas.

Penelitian yang dilakukan Winahyuningsih dan Edris (2012) dengan tujuan menganalisis Pengaruh pembelajaran dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa Universitas Muria Kudus. Variabel yang digunakan adalah pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas. Data diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas mahasiswa dapat dibangun dari variable pembelajaran melalui kepuasan mahasiswa, dan loyalitas mahasiswa juga dapat dibangun dari variable kualitas pelayanan melalui kepuasan mahasiswa.

Suwantara (2012) melakukan penelitian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan *word of mouth* mahasiswa lembaga penelitian pariwisata Bali. Variable yang digunakan adalah kualitas layanan, kepuasan dan *word of mouth* (WOM). Menggunakan kuesioner dengan skala Likert 5 point. Alat analisis menggunakan *Structural Equation Model* (SEM). Hasil penelitian ini adalah kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh dan signifikan terhadap WOM mahasiswa LP2B, Kualitas layanan berpengaruh dan signifikan terhadap WOM mahasiswa LP2B melalui kepuasan mahasiswa

Tjahyaningsih (2013) melakukan penelitian pengaruh citra dan promosi terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan supermarket Carrefour di Semarang). Variabel yang digunakan adalah citra, promosi, kepuasan dan loyalitas. Alat analisis menggunakan regresi berganda. Hasil penelitian ini adalah

citra, promosi dan kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Widiyanto (2007) melakukan penelitian pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes Purwodadi). Variabel yang digunakan adalah kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Alat yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

Putra (2015) meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, citra dan *positive word of mouth* Politeknik negeri Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, citra, dan *positive WOM* Politeknik Negeri Bali. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Bali seluruh mahasiswa Politeknik Negeri yang terdaftar pada tahun akademik 2013/2014, dan populasi targetnya adalah mahasiswa semester V yang berjumlah 935 orang mahasiswa, sebagai responden dilakukan secara sengaja (*purposive*) dengan dasar pertimbangan bahwa mahasiswa semester V sudah kuliah dalam waktu yang relatif lama (kira-kira 2,5 tahun) karena dalam kurun waktu tersebut, mahasiswa dianggap sudah pernah memperoleh layanan dari seluruh komponen layanan akademik yang diberikan oleh dosen maupun pegawai. Dalam penelitian ini terdapat 34 indikator dan jumlah sampel yang ditetapkan adalah 5 observasi setiap indikator, sehingga totalnya adalah $34 \times 5 = 170$ responden. Metode analisis data yang digunakan *Structural Equation Model* (SEM). Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian ini di mana kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *word of mouth* PNB, kualitas pelayanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap citra PNB, kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap WOM PNB, kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra PNB, dan citra PNB berpengaruh positif dan signifikan terhadap *word of mouth* PNB

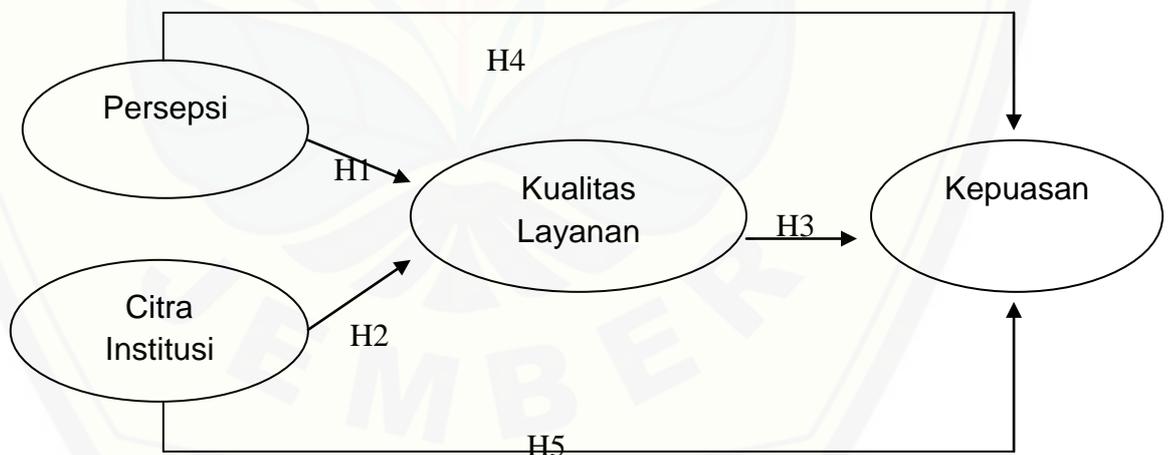
Tujuan Susanto (2009) dalam penelitiannya pengaruh persepsi tentang kualitas layanan jasa pendidikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa IKIP PGRI Jember” dengan hasil sebagai berikut yaitu (1) bahwa pengaruh persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* di IKIP PGRI Jember sangat kuat (2) menjelaskan bahwa pengaruh persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan mahasiswa di IKIP PGRI Jember sangat kuat (3) menjelaskan bahwa pengaruh persepsi mahasiswa tentang kualitas jasa pendidikan pada dimensi *tangibles, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty* terhadap loyalitas mahasiswa di IKIP PGRI Jember sangat kuat (4) menjelaskan bahwa pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa IKIP PGRI Jember, obyek penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada IKIP PGRI Jember sangat kuat. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan rancangan penelitian ini adalah penelitian *explanatory research* dengan menggunakan analisis jalur. Penelitian ini memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan terdahulu dengan penelitian sebelumnya yang mengkaji persepsi, citra, kualitas layanan dan kepuasan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Perbedaan penelitian ini diantaranya adalah waktu penelitian, objek dan tempat peneliti

BAB III

KERANGKA KONSEP PENELITIAN

3.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, rumusan masalah serta tujuan penelitian maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dan menganalisis hubungan variable Persepsi Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015. Sebelum menyusun kerangka konseptual, penelitian ini dimulai dari studi teoritik dan studi empiris. Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu, maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1 :



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual Penelitian

3.2 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian dan tinjauan pustaka dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Persepsi nilai mahasiswa terhadap kualitas layanan jasa pendidikan

Menurut penelitian yang dilakukan Haris (2014) menerangkan bahwa variabel persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas jasa pendidikan. Maka hipotesis pertama yang akan di uji kebenarannya dalam penelitian ini dapat diajukan sebagai berikut :

H1 : Persepsi nilai mahasiswa berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan

2. Citra Institusi terhadap kualitas layanan jasa pendidikan

Menurut penelitian Haris (2014) menerangkan bahwa variabel citra berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan jasa pendidikan. Begitu juga dengan penelitian Sugiharto (2009) bahwa citra institusi mempengaruhi kualitas layanan. Maka hipotesis kedua yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini diajukan sebagai berikut :

H2 : Citra institusi berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan

3. Kualitas layanan jasa terhadap kepuasan mahasiswa

Menurut penelitian Dewi (2014) menerangkan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Didukung oleh penelitian dari Prasetyaningrum (2009) yang hasilnya adalah terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Winahyuningsih dan Edris (2012) . Maka hipotesis ketiga yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian diajukan sebagai berikut :

H3 : Kualitas layanan jasa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

4. Persepsi nilai mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

Menurut penelitian Yamin (2013) menerangkan bahwa variabel persepsi nilai secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan. Maka hipotesis keempat yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian diajukan sebagai berikut :

H4 : Persepsi nilai mahasiswa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

5. Citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa

Menurut penelitian Hidajahningtyas (2013) dan Qomariah (2012) menerangkan bahwa citra institusi berpengaruh terhadap kepuasan. Maka

hipotesis kelima yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini diajukan sebagai berikut :

H5 : Citra intitusi bepengaruh terhadap kepuasan mahasiswa



BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini merupakan penelitian penjelasan (*explanatory research*) dimana bertujuan untuk menjelaskan hubungan-hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya yang termasuk dalam penelitian konfirmatori (*confirmatory research*) karena tujuannya menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis. (Singarimbun dan Efendi dalam Dimiyati, 2009).

4.2 Populasi dan Sampel

4.2.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang terdaftar pada IKIP PGRI Jember angkatan 2013/2014 keatas dengan pertimbangan bahwa mereka telah memiliki pengalaman yang cukup untuk memeberikan penilaian menyeluruh terhadap kualitas jasa pendidikan yang telah mereka terima. Adapun populasi mahasiswa IKIP PGRI Jember dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 4.1. :

Tabel 4.1. Populasi Mahasiswa 2013.1 IKIP PGRI Jember

No.	Program Studi	Populasi 2016.1
1	Bimbingan Konseling	146
2	Pendidikan Anak Usia Dini	3729
3	Pendidikan Luar Biasa	371
4	Pendidikan Ekonomi	150
5	Pendidikan Sejarah	67
6	Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan	159
7	Pendidikan Biologi	436
8	Pendidikan Matematika	310
	Jumlah	5368

Sumber : Forlap DIKTI 2017

4.2.2 Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang merupakan mahasiswa angkatan 2013.1 yang terdaftar pada IKIP PGRI Jember. Penarikan sampel ini dengan menggunakan metode acak bestrata proposional (*proportionate stratified random sampling*). Teknik ini untuk menentukan besarnya sampel di setiap program studi. Sugiyono (2012) menyatakan bahwa *proportionate stratified random sampling* digunakan karena karakteristik populasi terdiri dari kategori, kelompok atau golongan yang setara atau sejajar dan diduga kuat berpengaruh pada hasil penelitian. Pengambilan sampel berdasarkan kriteria responden adalah mahasiswa IKIP PGRI Jember angkatan 2013.1

Penentuan ukuran sampel menurut Ferdinand (2014) bahwa ukuran sampel bergantung pada jumlah indikator yang digunakan yaitu sejumlah variable laten. Jumlah sampel sama dengan jumlah indicator yang dikalikan 5 sampai 10. Mengacu pada pendapat Ferdinand, maka jumlah sampel dalam penelitian ini responden 80. Jumlah sampel diperoleh dari seluruh jumlah indikator variable yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 16 indikator dikalikan 5. Ukuran sampel tersebut juga sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Roscoe (dalam Uma, 2006) dimana ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan peneliti.

Penentuan jumlah sampel tiap kelas dengan menggunakan rumus :

Rumus
$$n_1 = \frac{N_1}{N} \times S$$

Keterangan :

n_1 = Jumlah sampel perkelas

N_1 = Jumlah populasi perkelas

N = Jumlah populasi keseluruhan

S = Jumlah sampel yang diambil sesuai dengan rumus Slovin

(Riduwan dan Kuncoro, 2007)

Tabel 4.2 Kuota Sampel Penelitian

No	Program Studi	Pengalokasian	Jumlah Alokasi
		Sampel	Sampel
1	Bimbingan Konseling	$\frac{146}{5368} \times 80$	2 mahasiswa
2	Pendidikan Anak Usia Dini	$\frac{3729}{5368} \times 80$	55 mahasiswa
3	Pendidikan Luar Biasa	$\frac{371}{5368} \times 80$	6 mahasiswa
4	Pendidikan Ekonomi	$\frac{150}{5368} \times 80$	2 mahasiswa
5	Pendidikan Sejarah	$\frac{67}{5368} \times 80$	1 mahasiswa
6	Kewatganegaraan	$\frac{159}{5368} \times 80$	2 mahasiswa
7	Pendidikan Biologi	$\frac{436}{5368} \times 80$	7 mahasiswa
8	Pendidikan Matematika	$\frac{310}{5368} \times 80$	5 mahasiswa
Jumlah			80 mahasiswa

Sumber : Analisis Peneliti 2017 (Lampiran 3)

4.2.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *proportionate stratified random sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik lotre atau undian, dengan memilih sampel terdiri dari 80 mahasiswa dari 8 program studi yang ada di IKIP PGRI Jember dari populasi angkatan 2013.1 yang terdiri dari 5368 mahasiswa. Caranya dengan menulis 5368 nomor induk mahasiswa (NIM) tersebut dalam secarik kertas kecil lalu kita gulung dan dimasukkan dalam sebuah kotak untuk di kocok. Setelah itu peneliti menarik satu gulungah untuk menunjukkan nomor induk mahasiswa (NIM) atau sampel yang kita pilih, lalu seterusnya kedua hingga ke delapan puluh yang kesemuanya menghasilkan 80 buah sampel yang ditarik.

4.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder:

- a. Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden yaitu mahasiswa IKIP PGRI Jember. Data primer dalam penelitian ini berupa jawaban kuesioner dari mahasiswa IKIP PGRI Jember. Data primer ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner pada responden yang telah ditentukan sesuai kriteria.
- b. Data Sekunder merupakan data yang pengumpulannya dilakukan oleh pihak lain berupa olahan yang memperkuat data primer. Sumber data sekunder diperoleh dari pihak dan sumber-sumber lain yang mendukung yaitu data artikel dan hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Data sekunder dalam penelitian ini gambaran umum IKIP PGRI Jember, data mahasiswa, data akademis IKIP PGRI Jember.

4.4 Identifikasi Variabel

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan dan hipotesis yang telah diajukan maka variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini dikelompokkan sebagai berikut :

- a. Variabel eksogen atau variable bebas adalah variable penyebab yang diposisikan tidak dipengaruhi variable sebelumnya atau variable yang tidak diprediksi oleh variable lain (Ferdinand, 2002). Pada penelitian ini variable eksogen adalah persepsi dan citra Institusi.
- b. Variabel endogen merupakan variable yang terikat atau tergantung pada variable lain. Pada penelitian ini variable endogen adalah kualitas layanan jasa pendidikan dan Kepuasan.

4.5 Definisi Operasional Variabel

Berdasarkan identifikasi variable diatas, definisi operasional dari masing masing variable sebagai upaya pemahaman dalam penelitian adalah :

a. Persepsi Nilai Mahasiswa

Persepsi nilai mahasiswa dalam kajian ini merupakan kesan atau tanggapan mahasiswa melalui pengindraanya terhadap IKIP PGRI Jember pasca akreditasi. Maka indicator untuk variabel persepsi nilai mahasiswa ini antara lain :

1) Mengetahui pelayanan IKIP PGRI Jember

Karyawan IKIP PGRI Jember memberikan pelayanan secara tepat dan akurat pasca akreditasi

2) Mengetahui pelayanan fasilitas IKIP PGRI Jember untuk mudah digunakan

IKIP PGRI Jember tidak memberikan kesulitan dalam memakai fasilitas di IKIP PGRI Jember pasca akreditasi

b. Citra Institusi

Citra Institusi merupakan penilaian mahasiswa IKIP PGRI Jember secara keseluruhan terhadap institusi. Maka indikator untuk variabel citra institusi dalam kajian ini antara lain :

1) Reputasi baik

Merupakan kesan dan penilain positif mahasiswa terhadap IKIP PGRI Jember pasca Akreditasi 2015

2) Konsistensi

Jaminan dan konsistensi mutu layanan IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015

3) Lulusan yang berkualitas

IKIP PGRI Jember menghasilkan lulusan yang berkualitas sehingga dapat di pertanggung jawabkan kepada masyarakat

4) Mengetahui Sarana dan prasarana

IKIP PGRI Jember memiliki fasilitas (sarana dan prasarana) yang baik sehingga dapat membuat kenyamanan mahasiswa

c. Kualitas Layanan

Kualitas layanan adalah penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan (Zeithaml dalam dewi, 2014). Indikator yang digunakan terdiri dari:

1) Fasilitas Ruangan

Kualitas sarana fisik yang ditawarkan IKIP PGRI Jember berupa ketersediaan jumlah ruang kuliah yang memadai serta nyaman untuk digunakan oleh mahasiswa.

2) Kemampuan dosen

Kemampuan dosen dalam menyampaikan materi sangat baik sehingga mahasiswa mengerti dengan materi yang dijelaskan

3) Ketepatan waktu

Ketepatan waktu kuliah di IKIP PGRI Jember sesuai dengan jadwal kuliah

4) Ketanggapan layanan

Kemampuan bagian akademik dalam memberikan layanan akademis

5) Kesiediaan membantu

Karyawan IKIP PGRI Jember membantu kesulitan mahasiswa dengan cepat dan tanggap

6) Kepercayaan

Dosen memiliki pengalaman mengajar yang banyak serta lulusan dari universitas ternama di Indonesia.

7) Perhatian

Pendekatan secara personal terhadap mahasiswa oleh karyawan IKIP PGRI Jember

d. Kepuasan mahasiswa

Kepuasan mahasiswa merupakan perasaan senang yang didapatkan mahasiswa ketika menerima pelayanan di IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015, yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap hasil suatu pelayanan. Indikator kepuasan mahasiswa yang digunakan adalah:

1) Expectation

Sikap mahasiswa dalam membangun sebuah harapan ketika sebelum mendapatkan pelayanan di IKIP PGRI Jember

2) Performance

Sikap mahasiswa ketika sedang mendapatkan pelayanan di IKIP PGRI Jember

3) Comparasion

Mahasiswa membandingkan atau mengevaluasi harapan dengan kualitas pelayanan ketika sebelum dan setelah mendapatkan pelayanan di IKIP PGRI Jember

4.6 Skala Pengukuran Variabel

Instrumen yang digunakan sebagai pengumpulan data ordinal dalam penelitian ini berupa kuesioner. Skala pengukuran variable yang peneliti gunakan adalah *Skala Likert*. Menurut Ridwan (2007:64), *Skala Likert* dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Titik tolak untuk menyusun item-item instrumen ini berupa pernyataan, yaitu dengan tingkat pembobotan sebagai berikut :

- | | | |
|----|---------------------|---|
| a. | Sangat Setuju | 5 |
| b. | Setuju | 4 |
| c. | Netral | 3 |
| d. | Tidak Setuju | 2 |
| e. | Sangat Tidak Setuju | 1 |

4.7 Metode Analisis Data

Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. *Convergent Validity*

Convergent validity (Validitas Konvergen) mengindikasikan tingkat konstruk konstruk serupa secara teori berkorelasi secara kuat dengan konstruk konstruk lainnya. Ada 2 (dua) cara untuk menilai validitas konvergen yaitu : (1) mengevaluasi loading dari ukuran individual pada masing-masing konstraknya (2) menghitung kehandalan composite. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika loading factor lebih dari 0.70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0.5 sampai 0.60 dianggap cukup (Ghozali 2014:74)

b. *Discriminant Validity*

Discriminant Validity (Validitas Diskriminasi) mengindikasikan suatu tingkatan apakah satu konstruk berbeda dari semua konstruk yang lain dalam model penelitian. Validitas dari masing masing nilai konstruk dapat di uji dengan *average variance extracted* (AVE) harus diatas 0,50. Cara lain dengan melihat nilai *square root of average variance extracted* (AVE)_setiap konstruk dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lain. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai discriminant validity baik, Fornell dan Lacker (Ghozali, 2014:74)

Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas di gunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama menggunakan alat ukur yang sama. (Chin 2003a:83) menyatakan bahwa instrument yang *reliable* berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Dalam penelitian ini uji realibilitas dengan melihat nilai *Composite Reliability dan Cronbach,s Alpha*. Suatu konstruk dikatakan reliable jika nilai *Composite Reliability* diatas 0,50 (Ghozali, 2014:75).

4.8 Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesa penelitian ini adalah *Partial Least Square* (PLS). PLS dikembangkan pertama kali oleh Wold sebagai metode umum untuk mengestimasi path model yang menggunakan konstruk laten dengan multiple indikator. Beberapa alasan memilih PLS adalah bisa berbasis teori, hasil hasil penelitian empiris, analogi hubungan antar variable pada bidang ilmu yang lain, hal hal *normative* misalnya peraturan pemerintah, undang undang dan sebagainya, hubungan rasional lainnya. Sehingga landasan teori PLS bisa bersifat kuat, lemah bahkan eksploratif.

Model pengukuran daalm PLS biasa dikenal dengan nama outer model, dalam SEM hubungan indikator dengan variabelnya adalah refleksi saja, sedangkan pada PLS bisa bersifat refleksif atau formatif. Menentukan indikator bisa berbasis teori atau mengadaptasi indikator yang pernah dipakai oleh peneliti sebelumnya. Data dalam pemodelan harus memenuhi distribusi multinormal, apabila syarat ini tidak terpenuhi maka estimasi akan dialihkan pada pendekatan resampling atau *bootstrapping*. Pada PLS, asumsi distribusi multinormal, tidak diperlukan karena estimasi langsung menggunakan teknik *bootstrapping*. Sampel PLS berukuran kecil minimal 30-50 sudah bisa diaplikasikan. Modifikasi model untuk bisa mencapai kelayakan model yang lebih baik dibutuhkan pada SEM, sedangkan di PLS hal ini tidak perlu dilakukan. Selain perbedaan perbedaan ini ada beberapa kesamaan yang diperoleh antara SEM dan PLS antara adalah hubungan antar konstruk bersifat linier, model bisa diperbaiki dengan *teknik trimming theory* yaitu menghilangkan jalur yang tidak ada dalam model, dibutuhkan perhitungan kecocokan model (Bafadal :2011:45).

Algoritma dalam PLS menggunakan analisis *series ordinary least square*, maka identifikasi model bukan masalah dalam model *recursive* dan juga tidak mengasumsikan bentuk distribusi tertentu dari pengukuran variable. Lebih jauh efisiensi perhitungan algoritma mampu mengestimasi

model yang besar dan kompleks dengan ratusan variable laten dan ribuan indicator. PLS menghindarkan dua masalah serius yaitu *inadmissible solution* dan *factor indeterminacy*.

PLS mempunyai dua model indikator yaitu (Ghozali, 2014:11) :

- a. Model Indikator Refleksi disebut juga *principal factor* model dimana *covariance* pengukuran indikator di pengaruhi oleh konstruk laten atau mencerminkan variasi dari konstruk laten. Pada model refleksif konstruk *unidimensional* digambarkan dengan bentuk elips dengan beberapa anak panah dari konstruk ke indicator. Model ini menghipotesiskan bahwa perubahan pada konstruk laten akan mempengaruhi perubahan pada indicator. Model indikator refleksif harus memiliki internal konsistensi oleh karena semua ukuran indikator refleksif harus memiliki internal konsistensi oleh karena semua ukuran indikator diasumsikan semuanya valid indicator yang mengukur konstruk, sehingga dua ukuran indikator yang sama reliabilitasnya dapat saling dipertukarkan. Reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) suatu konstruk akan rendah jika hanya ada sedikit indikator, tetapi validitas konstruk tidak akan berubah jika satu indikator di hilangkan.
- b. Model indikator formatif tidak mengasumsikan bahwa indikator dipengaruhi oleh konstruk tetapi mengasumsikan semua indikator mempengaruhi *single* konstruk. Arah hubungan kausalitas mengalir dari indikator ke konstruk laten dan indicator sebagai group secara bersama-sama menentukan konsep atau makna empiris dari konstruk laten. Oleh karena diasumsikan bahwa indicator mempengaruhi konstruk laten maka ada kemungkinan antar indikator saling berkorelasi, tetapi model formatif tidak mengasumsikan perlunya korelasi antar indikator atau secara konsisten bahwa model formatif berasumsi tidak adanya hubungan korelasi antar indikator, karenanya ukuran internal konsistensi reliabilitas (*Cronbach's Alpha*) tidak diperlukan untuk menguji reliabilitas konstruk formatif. Kausalitas hubungan antar indicator tidak menjadi rendah nilai

validitasnya karena memiliki internal konsistensi yang rendah (*Cronbach's Alpha*) untuk menilai validitas konstruk perlu dilihat variable lain yang mempengaruhi konstruk laten. Jadi untuk menguji validitas dari konstruk laten, peneliti harus menekankan pada *nomological* dan atau *criterion-related validity*. Implikasi lain dari model formatif adalah dengan menghilangkan satu indicator dapat menghilangkan bagian yang unik dari konstruk laten dan merubah makna dari konstruk.

Pengujian dengan menggunakan metode PLS pada dasarnya terdiri atas 2 macam pengujian yaitu :

a. Model pengukuran (*Outer Model*)

Convergent validity dari model pengukuran dengan *refleksif indicator* yang dinilai berdasarkan korelasi antar *item score* dengan konstruk skor yang dihitung dengan menggunakan PLS. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin di ukur. Akan tetapi untuk penelitian tahap awal pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,50 sampai 0,60 dianggap cukup Chin (Ghozali, 2011 : 76). *Discriminant Validity* yakni validitas dari masing masing nilai konstruk dapat diuji dengan *average variance extracted* (AVE). Konstruk dengan validitas yang baik dipersyaratkan nilai *average variance extracted* (AVE) harus diatas 0,50. Cara lain dengan melihat nilai *quare root of average variance extracted* (AVE) setiap konstruk dibandingkan dengan nilai korelasi antar konstruk lain. Jika nilai akar akar AVE setiap konstruk lebih besar dari pada nilai korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* baik, Fornell dan Lacker (dalam Ghozali, 2011:76)

b. Model structural (*Inner Model*)

Model *structural* dievaluasi dengan menggunakan *R-Square* untuk konstruk dependen dan uji t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur structural. Dalam menilai model dengan PLS, imulai dengan melihat *R-Square* untuk *variable dependent* interpretasinya sama dengan intepretasi pada regresi (Ghozali, 2011:78)

Menurut Ghazali (2011:78) model analisis jalur semua variable laten dalam PLS terdiri dari tiga hubungan yaitu :

- 1) *Inner Model* yang menggambarkan hubungan antar variable berdasarkan pada *substantive theory*.
- 2) *Outer model* di definisikan bagaimana setiap *blok indicator* berhubungan dengan variable latennya. Blok dengan indikator berhubungan dengan variable latennya. Keterangan x dan y adalah indikator atau manifest variable laten eksogen dan endogen. Merupakan matrik loading yang menggambarkan koefisien regresi sederhana yang menghubungkan variable laten dengan indikatornya. *Weight Relation innder model* dan *outer model* memberikan spesifikasi yang di ikuti dalam estimasi *algoritma* PLS, maka diperlukan definisi *wight relation*. *k wight* yang digunakan untuk memberikan estimasi variable laten. estimasi variable laten adalah linier agregat dari indikator yang nilai weghtnya diperoleh dengan prosedur estimasi PLS seperti dispesifikasi oleh inner dan *outer model* adalah vector variable laten endogen (dependen) dan vector variable eksogen (independent), serta vector variable residual dan β serta T adalah matrik koefisien jalur (*path coefficients*).

Oleh karena itu PLS tidak mengasumsikan adanya distribusi tertentu untk estimasi parameter, maka cara *parametric* untuk menguji signifikansi parameter tidak diperlukan Chin (Ghozali, 2014:10). Model evaluasi PLS berdasarkan pada pengukuran prediksi yang memepunyai sifat non parametrik outer model, denagan indikator refleksi di evaluasi dengan *convergent validity* dan *discriminant validity* dari indikatornya dan *composite realibility* untuk *block indicator*. Inner model (*structutal model*) dievaluasi dengan melihat hubungan antar konstruk (variable laten) dengan memperhatikan hasil estimasi koefisien parameter jalur dan tingkat signifikannya. Uji t ditetapkan pada tingkat signifikan 0,05 sehingga t hitung jalur structural harus lebih besar dari t tabel = 1,96. Stabilitas dari estimasi ini di evaluasi dengan menggunakan uji statistik yang diperoleh dengan prosedur bootstrapping (Ghozali, 2014:76).

Hipotesis dalam penelitian ini diterima jika nilai t_{hasil} lebih besar dari t_{tabel} atau jika nilai P value lebih kecil dari 0.05.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mengetahui dan menganalisis persepsi nilai mahasiswa, citra institusi terhadap kualitas layanan jasa pendidikan dan kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 sebagai berikut :

- a. Persepsi nilai mahasiswa berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015. Persepsi nilai mahasiswa yang baik mampu meningkatkan kualitas layanan jasa pendidikan IKIP PGRI Jember bagi mahasiswa
- b. Citra Merek berpengaruh terhadap kualitas layanan jasa pendidikan IKIP PGRI Jember pasca akreditasi. Citra institusi yang baik akan meningkatkan kualitas layanan jasa pendidikan bagi mahasiswa
- c. Kualitas layanan jasa pendidikan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015. Pelayanan yang berkualitas dapat menarik hati mahasiswa sehingga kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember pasca akreditasi semakin meningkat
- d. Persepsi nilai mahasiswa berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Persepsi nilai mahasiswa yang baik mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember untuk selalu
- e. Citra institusi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015. Citra institusi yang baik bagi mahasiswa akan meningkatkan rasa kepuasan

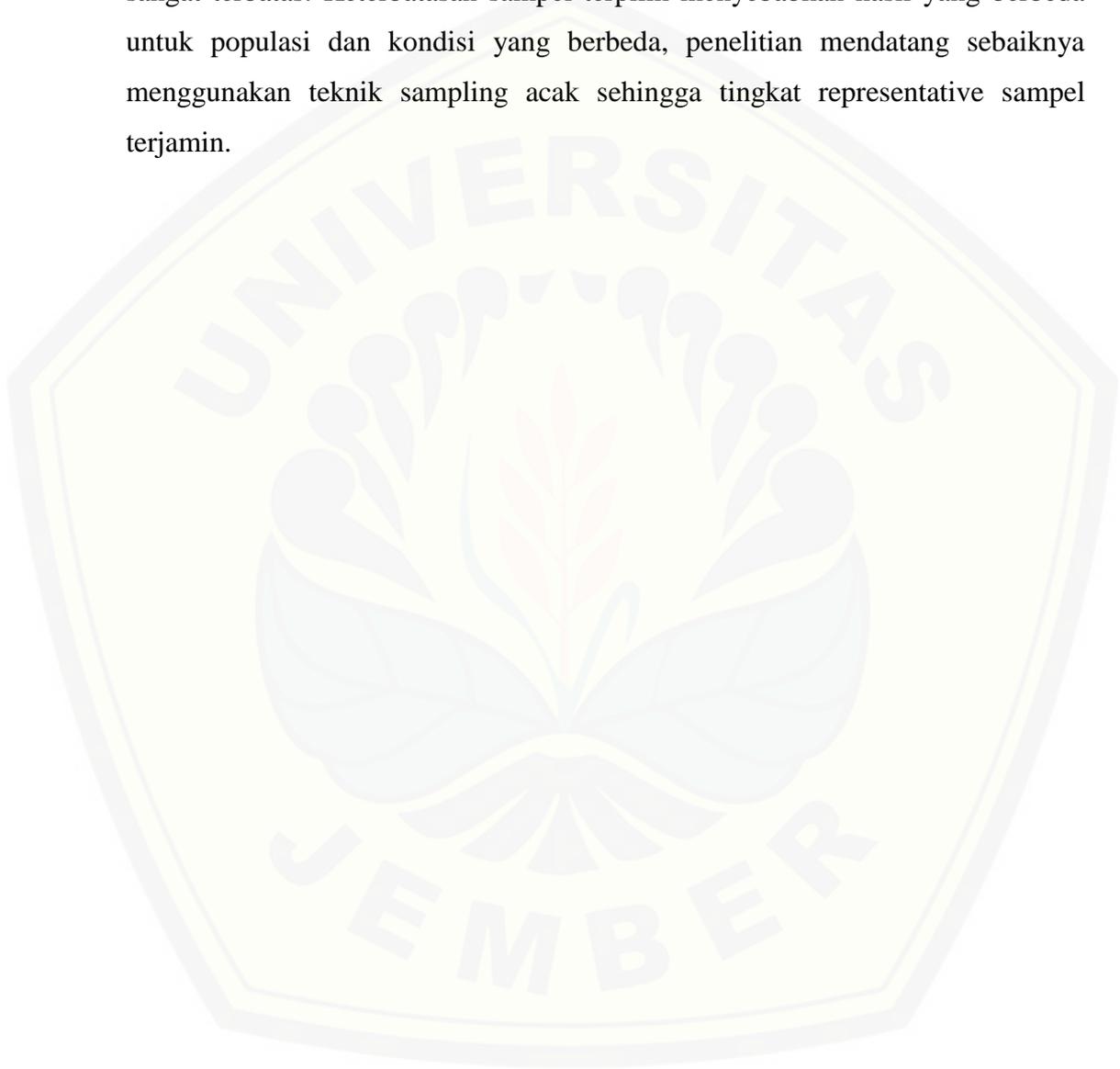
5.2 SARAN

Penelitian dan analisis telah dibahas dalam bab sebelumnya, namun terdapat keterbatasan penelitian dan saran yang mungkin bisa diperbaiki dalam masa yang akan datang. Keterbatasan penelitian dan saran tersebut adalah :

- a. Penelitian ini menggunakan mahasiswa IKIP PGRI Jember. Dengan demikian hasil dan implikasi manajerial dalam penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan

pada perguruan tinggi lainnya. Penelitian mendatang dapat dilakukan pada perguruan tinggi lainnya.

- b. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *proportionate stratified random sampling* dengan menggabungkan quota sampling sehingga menjadi sangat terbatas. Keterbatasan sampel terpilih menyebabkan hasil yang berbeda untuk populasi dan kondisi yang berbeda, penelitian mendatang sebaiknya menggunakan teknik sampling acak sehingga tingkat representative sampel terjamin.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2005. *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*, Bandung: Cetakan Kedua, Maret 2005. Alfabet
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 17(2), 114-126.
- Atmaja, Ni Putu Cemapaka Dharmadewi. 2011. Pengaruh Kewajaran Harga Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengguna Jasa Penerbangan Domestik Garuda Indonesia di Denpasar. *Tesis*. Bali : Program Pascasarjana Universitas Udayana
- Anderson, Eugene W., Claes Fornell and Donald R, Lehmann. 1994. Customer Satisfaction, Market Share and Profitability: Finding From Sweden. *Journal of Marketing*, Vol 58, pp 15-35
- Andreassen, Tor Wallin and Lindestad, Bodil. 1997. Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management*, Vol 34/1_2/Total page (s) 20
- Bafadal, A.K. 2011. *Mengapa Pilihan Jatuh Pada Partial Least Square..* <http://arifkambafadal.wordpress.com/2011/08/24>
- Barata, Atep Adya. 2006. *Dasar Dasar Pelayanan Prima*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia
- Chin, W.W. 2003a. *PLS Graph 3.0*. Houtson: Soft Modeling Inc.
- Dewi, Gusti Ayu Putu Ratih Kususma. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di kabupaten Tabanan. *Tesis*. Bali: Program Pascasarjana Universitas Udayana
- Dimiyati, M. 2004. *Perilaku Konsumen Buku 2*. Edisi 1, April 2004, Universitas Jember
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metodologi Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulis Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen 5th ed*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyalti How To Earn It. How To Keep It*. Kentucky : Mc graw-hill.
- Ghozali, Imam. 2011. *Partial Least Square*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2014. *Partial Least Square Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Haris. 2014. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Perpustakaan Sekolah Tinggo Pembangunan Masyarakat Desa "APMD" Yogyakarta. Skripsi*. Yogyakarta. Program Studi Ilmu Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga
- Hidajahningtyas, Nurullah. 2013. *Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jmeber. Tesis*. Jember. Pascasarjana Universitas Jember
- Iqbal, M. 2011. *Pengaruh Persepsi Nilai, Harapan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Penyedia Jasa Internet Di Jabodetabek*. Jurnal. Hal. 1. Fakultas Ekonomi Universitas Gunadarma Depok
- Keller, Kevin Lane.2003. *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equaty*. New York: Prectice Hall
- Kotler, Phillip & Fox, KFA. 1995. *Strategic Marketing for Educational Institutions*. Englewood Cliffts NJ. Prentice Hall
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 1997. *Manajemen Pemasaran*, Alih bahasa Hendra Teguh, SE, Ak., PT.Pabelan, Surakarta
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip and Amstrong. 2002. *Prinsip Prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*, jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta :PT.Indeks
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta:PT Indeks

- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- Kusdiyanto. 2008. Citra Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah VI Jawa Tengah. *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 12, No 2, Desember 2008, hlm. 150-160
- Lovelock, C.H dan Wright, L.K. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta:PT Indeks
- Manullang, Ida. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT.Garuda Indonesia Airlines di Bandara Poloni Medan. *Tesis*. Medan: Program Pascasarjana Universitas Sumatera Utara
- Mulyono (2007) .Pengaruh Kualitas layanan terhadap loyalitas melalui kepercayaan dan komitmen Nasab PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Jember A. Yani. *Tesis*, Universitas Jember
- Ndraha, T. 1998. *Manajemen Perguruan Tinggi*. Jakarta : Bina Aksara
- Nurjanah, Siti. 2013. Pengaruh Layanan Biro Administrasi Akademik Terhadap Loyalitas Mahasiswa dengan Moderating Variabel Kepuasan di Industri Pendidikan (Studi Kasus Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe). *Jurnal: Peran Perbankan Syariah Dalam Penguatan Kapasitas UMKM menuju kemandirian ekonomi nasional*.
- Oliver, R.I. 1997. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*, New York : Mc-Graw-Hill
- Parasuraman, A., Zethmal, V., and Berry, L.L. 1988. Servequal: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* Vol.64
- Parasuraman, A., Zethmal, V., & Berry,L.L. 1985.A Conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49,41-5
- Prasetyaningrum, Indah Dwi. 2009. Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus pada Undaris Ungaran). *Tesis*. Semarang: Program Pascasarjana Universitas Diponegoro

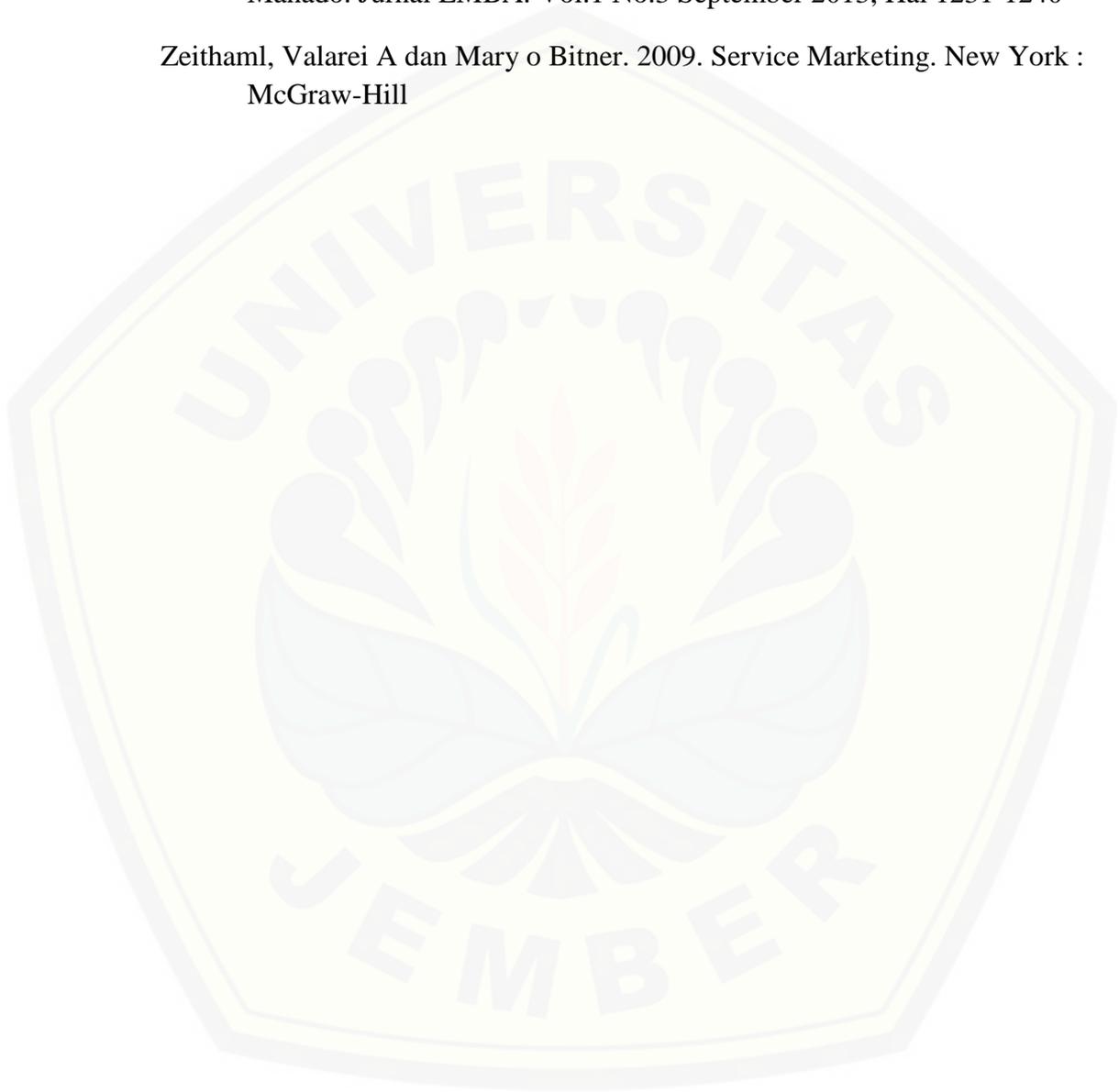
- Prasetyo, Widiyanto Bangun. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal: BII.2007.01325*
- Putra. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa, Citra Dan *Positive Word Of Mouth* Politeknik Negeri Bali. *Jurnal. Vol 5. Hal 376-386*
- Qomariah, N. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Universitas Muhammadiyah Di Jawa Timur. *Jurnal Aplikasi Manajemen, 10 (1), 177-187.*
- Rahayu, Harsono dan Suman. 2002. *Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Pada Universitas Swasta Di Kota Malang)*. Tesis, Universitas Brawijaya Malang.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *Riset Pemasaran*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama
- Riduwan dan Kuncoro. 2007. *Metodologi Penelitian*. Bandung : alfabeta
- Rinala, I. N., Yudana, I. M., & Natajaya, I. N. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. *E-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha, 4, 1-12.*
- Selly, Nuina Surya, Hartaini dan Imam Gunawan. 2012. Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Pendidikan FIP IKIP PGRI Madiun. *Jurnal Pendidikan. Vol.18 No.1 Juni 2012, Hal 37-66*
- Singarimbun, M dan Effendi, S. 2006. *Metodologi Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

- Susanto, Perengki. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Merek Lembaga terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Jurnal. TINGKAP Vol. VIII No.1* Hal 69-70
- Sugihartono, Joko.2009. Analisis Pengaruh Citra Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT.Pupuk Kalimantan Timur, Sales Representative Kabupaten Grobogan). *Tesis. Semarang:Program Pascasarjana Universitas Diponegoro*
- Suwantara, Pande Putu Lantana. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth Mahasiswa Lembaga Pelatihan Pariwisata Bali. *Tesis. Bali:Program Pascasarjana Universitas Udayana*
- Tilar, Masri. 1998. *Manajemen Pelayanan Pendidikan*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Tjaningsih, Endang. 2013. Pengaruh Citra dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang). *Jurnal. Fakultas Ekonomi Universitas Stikubank*
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta :Andi Offset
- Wantara, P. 2008. Pengaruh Citra, Reputasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa PTS di Jawa Timur. DisertasiPDIM Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Malang. Vol. 7, No.2
- Widiyanto, Bangun Prasetyo. 2007. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Swalayan Luwes Purwodadi). *Jurnal. Vol. 5 No.02*
- Winahyuningsih dan Edris. 2012. Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Muria Kudus. *Jurnal Dinamika Ekonomi Dan Bisnis*
- Wuryan, Suphiyanto dan Djoko Legowo. 2009. Pengaruh Citra Lembaga, Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Implikasinya kepada Komitmen Relasional Mahasiswa Pada Fakultas

Ekonomi Universitas Negeri Semarang. *Jurnal: TEMA* Vol.6 Edisi 2, September 2009 hal. 119-131

Yamin, Regina. 2013. Persepsi Nilai, Persepsi Kualitas Dan Citra Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT.Astra Internasional Daihatsu di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 September 2013, Hal 1231-1240

Zeithaml, Valerei A dan Mary o Bitner. 2009. *Service Marketing*. New York : McGraw-Hill



LAMPIRAN 1. KUESIONER**“Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa IKIP PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015”**

Dengan hormat,

Kuisisioner ini ditujukan untuk membantu pengumpulan data penelitian guna penyusunan tesis yang berjudul **“Persepsi Nilai Mahasiswa, Citra Institusi Terhadap Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Dan Kepuasan Mahasiswa Ikip PGRI Jember Pasca Akreditasi 2015”**, yang merupakan salah satu syarat bagi peneliti untuk dapat menyelesaikan studi program S2 Jurusan Magister Manajemen Universitas Jember.

Untuk itu peneliti memohon bantuan saudar/saudari untuk bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebenar-benarnya. Atas ketersediannya peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Farida Umi Choiriyah

Identitas Responden :

NIM :

Program Studi :

Jenis Kelamin : Pria/Wanita (coret yang tidak perlu)

Petunjuk Pengisian :

Saudara diminta memberikan tanggapan pada kolom yang disediakan disamping setiap pertanyaan. Isi kolom berkaitan dengan perasaan saudara terhadap IKIP PGRI Jember. Tandailah (X) angka 5 apabila penilaian saudara sangat tinggi, sebaliknya tandai (X) angka 1 apabila penilainya saudara sangat rendah, dan bila perasaan saudara kurang kuat pilihlah diantara angka 1 sampai 5 :

- a. Sangat Setuju 5
- b. Setuju 4
- c. Netral 3
- d. Tidak Setuju 2
- e. Sangat Tidak Setuju 1

1. Persepsi Mahasiswa

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa karyawan IKIP PGRI Jember semakin memberikan pelayanan secara tepat dan akurat pasca akreditasi					
2	Saya merasa tidak kesulitan dalam memakai fasilitas di IKIP PGRI Jember pasca akreditasi					

2. Citra Institusi

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Reputasi kampus IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 menjadi poin utama bagi mahasiswa					
2	Reputasi kampus IKIP PGRI Jember pasca Akreditasi 2015 menjadi jaminan dan konsistensi mutu layanan perguruan tinggi					
3	IKIP PGRI Jember menghasilkan lulusan berkualitas					
4	Saya merasa kampus IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 semakin meningkatkan fasilitas sarana dan prasarana dengan baik					

3. Kualitas Layanan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa ketersediaan ruang kuliah, ruang seminar, perpustakaan dan ruang praktikum yang nyaman di IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015					
2	Saya merasa kemampuan dosen IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 dalam menyampaikan materi kuliah sangat sesuai					
3	Saya merasa ketepatan waktu kuliah di IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 semakin sesuai dengan jadwal kuliah					
4	Saya merasa karyawan IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 semakin tanggap dalam, memberikan layanan akademis					
5	Saya merasa karyawan IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 semakin bersedia membantu Kesediaan membantu kesulitan mahasiswa dengan cepat					
6	Saya percaya dosen IKIP PGRI Jember pasca akreditasi 2015 memiliki pengalaman mengajar yang banyak					
7	Pendekatan secara personal terhadap mahasiswa sudah dilakukan oleh karyawan IKIP PGRI Jember dalam pelayanan administrasi					

4 . Kepuasan Mahasiswa

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Sebelum mendapatkan pelayanan, saya merasa pelayanan IKIP PGRI Jember berkualitas baik					
2	Saya telah menerima dengan baik pelayanan IKIP PGRI Jember					
3	Kualitas pelayanan IKIP PGRI Jember melebihi harapan atau keinginan saya					

LAMPIRAN 2. PENELITIAN TERDAHULU

No	Nama (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Yamin (2013)	Persepsi nilai, persepsi kualitas, citra perusahaan dan kepuasan	Analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda	Penelitian ini menggambarkan hubungan secara simultan dan parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan
2	Haris (2014)	Persepsi nilai mahasiswa dan kualitas layanan	Analisis data menggunakan Regresi linier	Penelitian ini pengaruh terhadap hubungan persepsi terhadap kualitas layanan
3	Sally (2012)	Persepsi dan Kualitas	Analisis data menggunakan Regresi linier	Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan pendidikan memiliki pengaruh yang kuat
4	Dewi (2004)	Kualitas pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas	Analisis data menggunakan SEM	Penelitian ini menggambarkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas
5	Hidajahningty as (2013)	Citra, Kualitas Layanan,	Analisis menggunakan	Citra berpengaruh terhadap kualitas layanan, , kepuasan

No	Nama (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
		Kepuasan dan Loyaltas	PLS	dan loyalitas.
6	Prasetyaningrum (2009)	Kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas	Analisis data menggunakan SEM	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan.
7	Rinala (2013)	Kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas	Analisa SEM	hasil penelitian kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan.
8	Sugihartono (2009)	Citra, kualitas layanan, kepuasan dan loyalitas	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian bahwa semakin baik citra dan kualitas layanan maka semakin meningkat pula kepuasannya
9	Qomariah (2012)	Kualitas layanan, citra institusi, kepuasan dan loyalitas	Analisis menggunakan SEM	Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan. Citra institusi berpengaruh terhadap kepuasan tetapi tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
10	Winahyuningsih dan Edris (2012)	Pengaruh pembelajaran, kualitas layanan,kepuasan dan loyalitas	Analisis SEM	Hasil penelitian bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan
11	Suwantara (2012)	Kualitas layanan, kepuasan, WOM	Analisis SEM	Hasil penelitian kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan, kualitas layanan berpengaruh

No	Nama (Tahun)	Variabel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				signifikan terhadap WOM
12	Tjahyaningsih (2103)	Citra, promosi dan kepuasan	Analisis regresi berganda	Citra institusi tidak berpengaruh terhadap kepuasan
13	Widiyanto Bangun Prasetyo (2007)	Kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan dan loyalitas	Analisis regresi linier bergamda	Hasil penelitian kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan
14	Putra (2015)	Kualitas layanan, kepusanan, citra dan positive word mouth	Analisis menggunakan SEM	Kualitas layanan berpengaruh positif kepuasan. Kualitas layanan berpengaruh citra
15	Susanto (2009)	Persepsi mahasiswa, kepuasan, kualitas layanan jasa pendidikan dan loyalitas	Analisis regresi berganda	Bahwa hasil penelitian persepsi mahasiswa berpengaruh positif dengan dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy. Persepsi mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

Sumber : data diolah dari berbagai sumber, 2017

LAMPIRAN 3 HASIL KUISIONER

No	NIM	Prodi	JK	x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3	
1	2013186201B0145	BK	2	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3
2	2013186201B0015	BK	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3
3	2013186207B0026	PAUD	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
4	2013186207B0197	PAUD	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	2013186207B0199	PAUD	2	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
6	2013186207B0286	PAUD	2	4	4	3	2	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
7	2013186207B0317	PAUD	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4
8	2013186207B0356	PAUD	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5
9	2013186207B0381	PAUD	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
10	2013186207B0400	PAUD	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4
11	2013186207B0698	PAUD	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	2013186207B0881	PAUD	2	4	4	2	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4
13	2013186207B0847	PAUD	2	4	4	3	3	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	5	5

No	NIM	Prodi	JK	x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3
28	2013186207B0051	PAUD	2	3	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	2	3	2	2
29	2013186207B0052	PAUD	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
30	2013186207B0053	PAUD	2	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4
31	2013186207B0054	PAUD	2	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
32	2013186207B0055	PAUD	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	2	2
33	2013186207B0056	PAUD	2	3	2	3	3	2	4	2	3	2	4	4	3	2	2	3	2
34	2013186207B0057	PAUD	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
35	2013186207B0058	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	4	3	3	2	3
36	2013186207B0059	PAUD	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
37	2013186207B0060	PAUD	2	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
38	2013186207B0061	PAUD	2	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	4	4	3	4	3	3
39	2013186207B0062	PAUD	2	4	4	3	2	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3
40	2013186207B0063	PAUD	2	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
41	2013186207B0064	PAUD	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4

No	NIM	Prodi	JK	x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3
42	2013186207B0065	PAUD	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
43	2013186207B0066	PAUD	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4
44	2013186207B0067	PAUD	2	4	4	3	4	3	4	3	5	3	3	4	3	4	4	4	4
45	2013186207B0068	PAUD	2	4	4	2	2	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4
46	2013186207B0069	PAUD	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4
47	2013186207B0070	PAUD	2	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3
48	2013186207B0071	PAUD	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3
49	2013186207B0072	PAUD	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4
50	2013186207B0073	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2
51	2013186207B0074	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3
52	2013186207B0075	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	2013186207B0076	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3
54	2013186207B0077	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
55	2013186207B0078	PAUD	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	2	2	2	2

No	NIM	Prodi	JK	x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3
56	2013186207B0079	PAUD	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3
57	2013186207B0080	PAUD	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	2
58	2013186202B0004	PLB	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	2013186202B0030	PLB	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
60	2013186202B0055	PLB	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	2013186202B0080	PLB	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2
62	2013186202B0097	PLB	1	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
63	2013186202B0109	PLB	1	4	3	4	2	5	4	2	4	4	4	4	1	4	4	3	4
64	2013187203B0059	EKO	1	4	3	3	2	5	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3
65	2013187203B0074	EKO	2	3	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2
66	2013187201B0009	SEJARAH	2	3	2	3	3	2	5	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2
67	2013187205B0137	PKN	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
68	2013187205B0162	PKN	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3
69	2013184205B0002	BIOLOGI	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4

No	NIM	Prodi	JK	x1.1	x1.2	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y2.1	Y2.2	Y2.3
70	2013184205B0094	BIOLOGI	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71	2013184205B0102	BIOLOGI	1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
72	2013184205B0089	BIOLOGI	2	4	4	3	2	2	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3
73	2013184205B0015	BIOLOGI	1	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
74	2013184205B0100	BIOLOGI	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
75	2013184205B00281	BIOLOGI	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	4
76	2013184202B0202	MTK	1	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4
77	2013184202B00283	MTK	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
78	2013184202B00295	MTK	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4
79	2013184202B00163	MTK	1	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
80	2013184202B0061	MTK	1	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	3

LAMPIRAN 4. HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**Convergent Validy**

	CITRA INSTITUSI	KEPUASAN MAHASISWA	KUALITAS LAYANAN	PERSEPSI NILAI MAHASISWA
x1.1				0.888
x1.2				0.924
x2.1	0.586			
x2.2	0.716			
x2.3	0.698			
x2.4	0.654			
Y1.1			0.629	
Y1.2			0.506	
Y1.3			0.774	
Y1.4			0.577	
Y1.5			0.616	
Y1.6			0.525	
Y1.7			0.758	
y2.1		0.668		
y2.2		0.770		
y2.3		0.890		

Diskriminan Validity

	CITRA INSTITUSI	KEPUASAN MAHASISWA	KUALITAS LAYANAN	PERSEPSI NILAI MAHASISWA
Citra Institusi	0.665			
Kepuasan Mahasiswa	0.515	0.781		
Kualitas Layanan	0.441	0.613	0.634	
Persepsi Nilai Mahasiswa	0.288	0.706	0.481	0.906

Composite Reliability

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Citra Institusi	0.760	0.754	0.041	18.657	0.000
Kepuasan Mahasiswa	0.823	0.824	0.030	27.288	0.000
Kualitas Layanan	0.821	0.817	0.031	26.097	0.000
Persepsi Nilai Mahasiswa	0.902	0.901	0.023	38.436	0.000

LAMPIRAN 5. HASIL R SQUARE ANALISIS JALUR**R SQUARE**

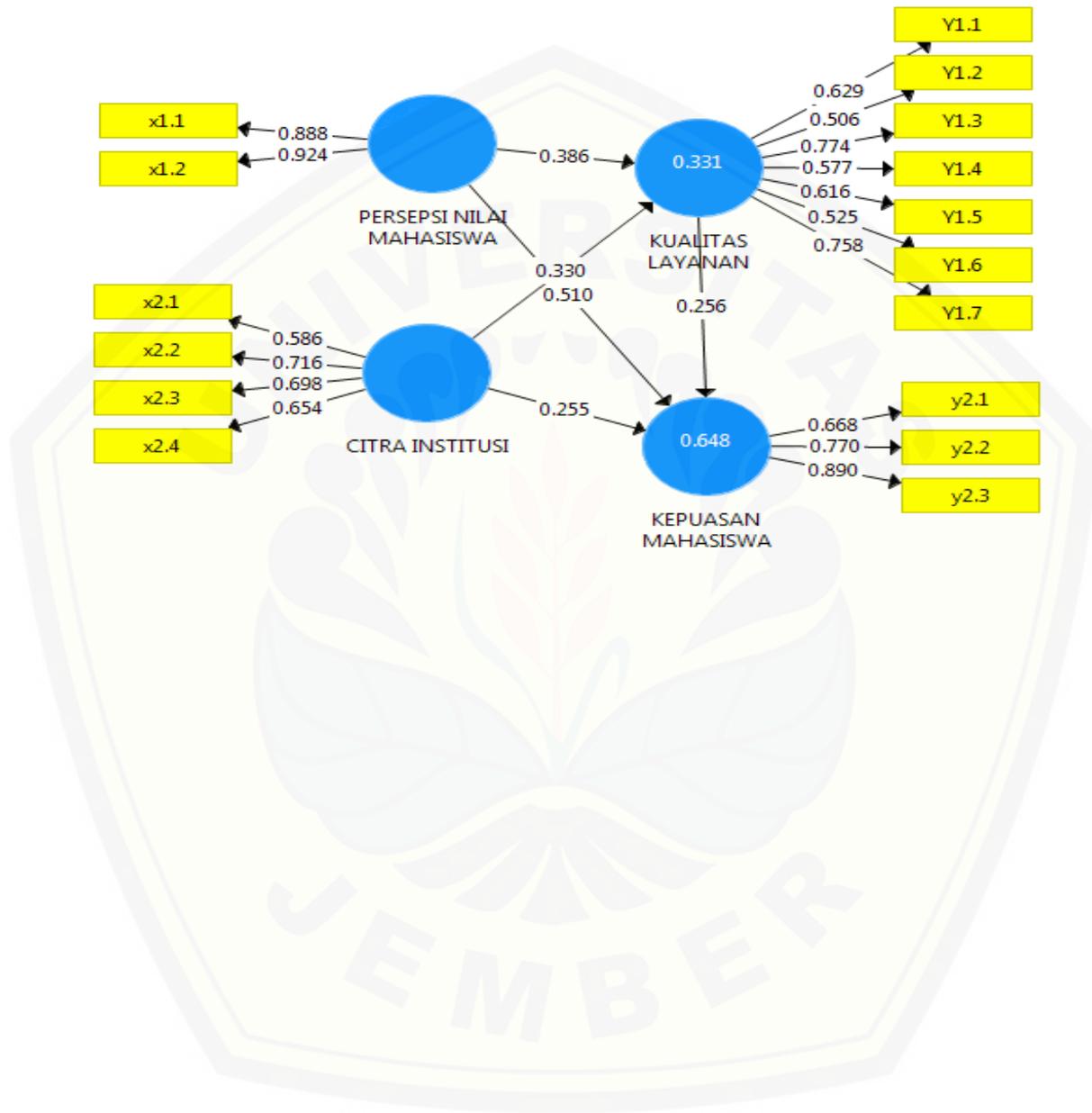
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
KEPUASAN MAHASISWA	0.648	0.670	0.052	12.471	0.000
KUALITAS LAYANAN	0.331	0.369	0.073	4.501	0.000

PATH COEFIECIENTS

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Citra Institusi -> Kepuasan Mahasiswa	0.255	0.252	0.086	2.982	0.002
Citra Institusi -> Kualitas Layanan	0.330	0.346	0.107	3.085	0.001
Kualitas Layanan -> Kepuasan Mahasiswa	0.256	0.269	0.079	3.223	0.001
Persepsi Nilai Mahasiswa -> Kepuasan Mahasiswa	0.510	0.503	0.083	6.132	0.000
Persepsi Nilai Mahasiswa -> Kualitas Layanan	0.386	0.391	0.093	4.151	0.000

LAMPIRAN 6 GAMBAR PLS ALGORITHM

PLS ALGORITHM



LAMPIRAN 7. DISTRIBUSI FREKUENSI ITEM KUISIONER**Persepsi Nilai Mahasiswa****X1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	33	41.2	41.2	41.2
4	47	58.8	58.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.5	2.5	2.5
3	35	43.8	43.8	46.2
4	43	53.8	53.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Citra Institusi**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	7.5	7.5	7.5
3	61	76.2	76.2	83.8
4	13	16.2	16.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	12	15.0	15.0	15.0
3	40	50.0	50.0	65.0
4	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	11	13.8	13.8	13.8
3	36	45.0	45.0	58.8
4	28	35.0	35.0	93.8
5	5	6.2	6.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	37	46.2	46.2	46.2
4	38	47.5	47.5	93.8
5	5	6.2	6.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Kualitas Layanan**Y1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	8.8	8.8	8.8
3	37	46.2	46.2	55.0
4	36	45.0	45.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.8	3.8	3.8
3	38	47.5	47.5	51.2
4	35	43.8	43.8	95.0
5	4	5.0	5.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	8.8	8.8	8.8
3	33	41.2	41.2	50.0
4	40	50.0	50.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.2	1.2	1.2
3	40	50.0	50.0	51.2
4	36	45.0	45.0	96.2
5	3	3.8	3.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1.2	1.2	1.2
3	35	43.8	43.8	45.0
4	37	46.2	46.2	91.2
5	7	8.8	8.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.2	1.2	1.2
2	4	5.0	5.0	6.2
3	34	42.5	42.5	48.8
4	41	51.2	51.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	6.2	6.2	6.2
3	42	52.5	52.5	58.8
4	32	40.0	40.0	98.8
5	1	1.2	1.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Kepuasan Mahasiswa

Y2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	11.2	11.2	11.2
3	46	57.5	57.5	68.8
4	25	31.2	31.2	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.2	1.2	1.2
2	15	18.8	18.8	20.0
3	40	50.0	50.0	70.0
4	24	30.0	30.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Y2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	12	15.0	15.0	15.0
3	35	43.8	43.8	58.8
4	31	38.8	38.8	97.5
5	2	2.5	2.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid P	67	83.3	83.3	83.3
L	13	16.7	16.7	100.0
Total	80	100.0	100.0	