

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA INSTITUSI
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH LUWUK**

Oleh:

WAHYUDIN RAHMAN

Dosen Fakultas Ekonomi

Universitas Muhammadiyah Luwuk Banggai

Jln. KH. Ahmad Dahlan No 79 Luwuk-Banggai Kode Pos 94711

Email : wahyu@unismuhluwuk.ac.id

HP = 085342453454

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui secara parsial dan secara simultan mengenai kualitas layanan dan citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, serta untuk mengetahui variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka digunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumen dan kuesioner. Penelitian ini dilaksanakan pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk, dengan 236 responden sebagai sampel yang diperoleh dengan menggunakan Rumus Slovin. Analisis data yang digunakan adalah secara deskriptif yang menjelaskan data penelitian dan deskripsi penelitian, sedangkan untuk menganalisis data kuantitatif menggunakan alat analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa secara simultan maupun secara parsial variabel kualitas layanan dan citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk, serta berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk adalah kualitas layanan.

Keywords: Kualitas Layanan, Citra Institusi, Kepuasan Mahasiswa

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine partially and simultaneously about service quality and institution image could be positive influence and significant for student satisfaction, to identify as well which variables are the dominant effect towards student satisfaction at Economic Faculty, University of Muhammadiyah Luwuk. To achieve the purpose, will be used the technique of collecting data through observation, interviews, documents and questionnaires. The research conducted at the Economics of Faculty, University of Muhammadiyah Luwuk, with 236 respondents in the sample obtained by using the formula Slovin. Data analyzing used is descriptive research that describes data and description of the study, meanwhile for quantitative analyzing data using a multiple linear regression analysis. Results of study shown that simultaneous or partially variable service quality and the institution image influenced a positive significant on student satisfaction at the Faculty of Economics of Faculty, University of Muhammadiyah Luwuk, and based on the study results found that the most dominant variable that effected student satisfaction of the Economic Faculty, University of Muhammadiyah Luwuk is quality service.

Keywords: Service of Quality, Institutional Image, Student Satisfaction.

LATAR BELAKANG

Dalam era globalisasi ini, peradaban dunia terus mengalami perkembangan meskipun laju perkembangan tersebut mempunyai kondisi yang berbeda pada negara yang berbeda. Kualitas Sumber Daya Manusia yang didukung oleh kemampuan yang tinggi dalam penguasaan dan pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan faktor penting yang mendukung terjadinya perkembangan yang berlangsung cepat. Indonesia sebagai salah satu negara berkembang harus mampu menghadapi tantangan yang tidak ringan dalam membangun sumber daya manusianya.

Lulusan Perguruan Tinggi akan dimanfaatkan oleh dunia kerja. Adanya persaingan kerja membuka kesadaran baru bagi masyarakat untuk meraih pendidikan setinggi mungkin. Kesadaran akan pentingnya pendidikan turut pula menempatkan peran pendidikan sebagai salah satu faktor penting dalam persaingan dunia kerja.

Dalam upayanya agar Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk tetap *survive* atau bahkan dapat berkembang serta mempunyai berbagai keunggulan, maka yang perlu dilakukan diantaranya adalah selalu mencoba untuk memuaskan kebutuhan mahasiswa melalui serangkaian kegiatan akademik, kemahasiswaan maupun administratif yang terkoordinir dengan baik. Dalam usaha untuk memuaskan mahasiswa ini tidak saja hanya mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan jangka pendek, tetapi juga kebutuhan dan keinginan jangka panjang.

Saat ini Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk sebagai penyedia jasa yang sifatnya *pure service* dituntut bukan hanya mengutamakan di bidang akademik saja akan tetapi di bidang administratif juga. Dalam usaha memberikan atau meningkatkan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan mahasiswa maka Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan mahasiswa. Salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan administratif akademis dengan baik. Di dalam pelayanan administratif terdapat layanan herregistrasi mahasiswa yang adalah tata cara pendaftaran ulang atau prosedur pembayaran biaya kuliah yang harus dilewati oleh setiap mahasiswa untuk dapat menempuh masa pendidikannya di Universitas.

Masalah yang seringkali terjadi dalam pelayanan selama ini adalah :

1. Prosedur pelayanan yang agak berbelit-belit
2. Ruang pelayanan yang belum memadai,
3. Kecepatan dalam memperoleh informasi,
4. Pelayanan Akademik yang lambat,
5. Ruang Kelas yang belum representatif,
6. Kebersihan Kelas,

7. Masih banyak dosen yang masuk mengajar tidak tepat waktu,
8. Mahasiswa sering mengalami kesulitan apabila ingin konsultasi dengan Dosen Pembimbing.

Keluhan-keluhan tersebut tentunya adalah masukan yang perlu ditanggapi oleh pihak Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk dan pihak Fakultas perlu terbuka dan tanggap. Dengan menanggapi keluhan-keluhan tersebut akan memperbaiki serta membangun citra pelayanan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk di masyarakat.

Oleh sebab itu kepuasan mahasiswa ini penting untuk di perhatikan oleh para penentu kebijakan di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk agar dapat memiliki keunggulan bersaing dengan Fakultas Ekonomi di perguruan tinggi lainnya. Sehingga Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk, dituntut untuk selalu menjaga kualitas layanan dan citra institusi agar kepuasan mahasiswa meningkat.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2014). Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau service yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahtamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dan konsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan purna jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Parasuraman dkk dalam Jasfar (2005) mengemukakan ada lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi tersebut adalah:

1. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*Accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
3. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.
4. *Empathy* (empati), yang meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.
5. *Tangibles* (produk-produk fisik), tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

Kualitas layanan jasa dibentuk dari lima aspek utama yaitu (Tjiptono, 2002):

1. Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap yakni keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keraguraguan.
5. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Citra (*image*) dari suatu perusahaan berawal dari perasaan pelanggan dan para pelaku bisnis tentang organisasi yang bersangkutan sebagai produsen produk tersebut sebagai hasil evaluasi individual tentang hal tersebut. Menurut Kotler and Keller (2007) citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Menurut Webster (1993) yang dikutip dalam Sutisna (2001) mendefinisikan citra sebagai gambaran mental atau konsep tentang sesuatu.

Menurut Modding (2012) bahwa kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan para pelanggan setelah terpenuhinya kebutuhan mereka atas sebuah produk ataupun jasa, sehingga para pelanggan memperoleh rasa nyaman dan senang karena

harapannya dapat terpenuhi. Menurut Hadiyuwono dalam Marina Purwandani (2005) Kepuasan pelanggan harus bermuara pada komitmen, artinya Kepuasan pelanggan harus bisa memberikan kontribusi pada peningkatan komitmen pelanggan, merebut pelanggan baru biayanya lebih mahal dibanding mempertahankan pelanggan lama, sehingga menjaga komitmen pelanggan akan menguntungkan perusahaan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa keputusan terdiri dari : (1) keputusan fungsional, yaitu keputusan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan, dan (2) keputusan psikologis, yaitu keputusan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari suatu produk antara lain menaikkan gengsi dan menciptakan citra pribadi tertentu.

Kepuasan pelanggan akan terpenuhi bila kebutuhan, keinginan dan harapannya terpenuhi. Berkaitan dengan kualitas jasa terdapat tiga level harapan pelanggan yaitu : (1) level pertama ; harapan pelanggan yang paling sederhana dan berbentuk asumsi, *must have* atau *takeiffor granted*; (2) level kedua ; harapan yang lebih tinggi dari pada level pertama, dimana kepuasan dicerminkan dalam pemenuhan persyaratan dan atau spesifikasi ;dan (3) level ketiga; harapan yang lebih tinggi lagi dibandingkan dengan level pertama atau kedua dan menuntut suatu kesenangan atau jasa yang begitu bagusnya sehingga membuat berbagai pihak menjadi tertarik.

Oleh karena itu, salah satu cara untuk mengetahui pentingnya meningkatkan kepuasan mahasiswa adalah perlu dilakukan kajian dengan cara mengukur tingkat kepuasan mahasiswa dengan menggunakan variabel kualitas layanan dan citra institusi. Penelitian ini mencoba mengamati kualitas layanan dan citra institusi serta kepuasan mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Hal ini sangat penting dalam pembenahan layanan agar dapat memberikan kepuasan yang optimal bagi mahasiswa. Atas dasar uraian diatas maka dirasakan perlu melakukan penelitian untuk mengukur Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk.

METODE PENELITIAN

Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun waktu yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih tiga bulan lamanya mulai bulan Januari sampai bulan Maret 2015. Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk Kabupaten Banggai Provinsi Sulawesi Tengah. Lokasi ini dipilih dengan pertimbangan bahwa lokasi penelitian penulis adalah tempat dimana penulis menjalankan tugas.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian Populasi menurut Augusty Ferdinand (2013) adalah gabungan dari seluruh elemen yang berbentuk peristiwa, hal atau orang yang memiliki karakteristik yang serupa yang menjadi pusat perhatian seorang peneliti karena itu dipandang sebagai sebuah semesta penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk yaitu sebanyak 578 orang mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2009). Di dasarkan pada formula statistik melalui pendekatan Rumus Sloven dalam Augusty Ferdinand (2013) mengatakan ukuran sampel adalah :

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

d = Toleransi presisi ketepatan rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang dari 5 %.

Ukuran sampel yang dapat diambil berdasarkan rumus diatas adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Nd^2} \\ &= \frac{578}{1+578(0,05)^2} \\ &= \frac{578}{1+578(0,0025)} \\ &= 236 \text{ (dibulatkan)} \end{aligned}$$

Jadi berdasarkan rumus diatas yang dapat ditarik sampel dari jumlah populasi sebanyak 236 responden.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penyusunan tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer yaitu data yang diperoleh dengan mengadakan pengamatan serta wawancara secara langsung pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk Kabupaten Banggai.
2. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh dengan jalan mengumpulkan dokumen-dokumen atau arsip-arsip lokasi penelitian serta informasi lainnya yang ada

hubungannya dengan masalah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk
Universitas Muhammadiyah Luwuk di Kabupaten Banggai.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh hasil penelitian yang diharapkan, diperlukan data-data informasi yang mendukung penelitian. Untuk keperluan tersebut penulis menggunakan metode pengumpulan data berupa :

1. Observasi
Yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian untuk memperoleh informasi tentang kegiatan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.
2. Wawancara
Merupakan proses untuk memperoleh keterangan melalui tanya jawab dengan pihak-pihak yang terkait.
3. Kuesioner
Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket yang berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh para responden. Informasi atau data yang diperoleh dari jawaban kuisisioner ini dijadikan sebagai sumber informasi utama untuk melakukan analisis hasil penelitian. Penyebaran angket kepada pihak-pihak yang mempunyai peranan dengan masalah yang diteliti.
4. Dokumentasi
Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan angket yang berisi daftar pertanyaan yang harus diisi oleh para responden. Informasi atau data yang diperoleh dari jawaban kuisisioner ini dijadikan sebagai sumber informasi utama untuk melakukan analisis hasil penelitian.

Metode Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini, diseleksi berdasarkan validitasnya dan selanjutnya dianalisis secara kuantitatif.

1. Analisis Deskriptif
Data yang sifatnya berupa dokumen-dokumen pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk di Kabupaten Banggai. Adapun data yang diperoleh dari pendekatan empiris di analisis secara kuantitatif dengan menggunakan teknik pengujian uji *multiple regression* (regresi berganda), yang dihitung dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) program komputer.
2. Analisis Regresi Berganda
 - a. Uji Validitas dan Reliabilitas
 1. Uji Validitas

Uji validitas menjelaskan instrumen yang valid, dengan kata lain menjelaskan apakah alat ukur yang digunakan dapat dikategorikan sah (valid). Oleh karena itu di dalam melakukan uji validitas di gunakan dengan *corrected item total correlation*. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan score item dengan score total dan melakukan korelasi terhadap nilai koefisien yang *over estimated*. Menurut Dwi (2010) pengujian menggunakan dua sisi dengan taraf signifikan 0,05 dengan kriteria pengujian sebagai berikut :

- Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05), maka instrumen berkorelasi signifikan terhadap total skor (dinyatakan valid).
- Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig 0,05), maka instrumen tidak berkorelasi signifikan terhadap total skor (dinyatakan tidak valid).

Adapun untuk melihat nilai r tabel dilihat pada tabel r dengan rumus $df = n - 2$ ($n =$ jumlah responden). Pada tingkat signifikan 0,05, maka akan didapatkan angka r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reliabilitas dapat menunjukkan konsistensi dari jawaban-jawaban responden yang terdapat pada kuesioner. Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60. (Situmorang *et al.* 2011).

b. Analisis Regresi Berganda 2 Prediktor

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi berganda. Model Regresi berganda menurut Cornelius Trihendradi (2005) yang digunakan adalah :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + e..$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Mahasiswa

X_1 = Kualitas Layanan

X_2 = Citra Institusi

b_0 = Nilai Konstan (tetap)

b_1 = koefisien regresi untuk variabel X_1

b_2 = koefisien regresi untuk variabel X_2

e = error terms

c. Goodness of fit

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat dinilai dengan *goodness of fit*-nya. Secara statistik setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien korelasi, koefisien determinasi (R^2), nilai statistik F dan nilai statistik t.

Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak), sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2005).

1. Koefisien Korelasi

Analisis korelasi adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengukur lemah kuatnya hubungan antara 2 variabel. Variabel ini terdiri dari variabel dependen dan variabel independen.

Perhitungan korelasi menggunakan koefisien korelasi pearson. Dengan tabel korelasi produk adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi	Tafsirannya
0,00 – 0,199	+ dan -	Hubungan Sangat Rendah
0,20 – 0,399	+ dan -	Hubungan Rendah
0,40 – 0,599	+ dan -	Hubungan Cukup Kuat
0,60 – 0,799	+ dan -	Hubungan Kuat
0,80 – 1,000	+ dan -	Hubungan Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2009

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut karena variabel independen secara keseluruhan mampu menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya semakin mendekati angka nol berarti semakin buruk hasil regresinya, karena variabel independen secara keseluruhan tidak mampu menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2005).

3. Uji Statistik (Uji F dan Uji t)

a) Uji F

Pengujian melalui Uji F adalah membandingkan antara probabilitas yang dicapai dengan derajat signifikan 5% ($\alpha = 0.05$).

Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

1. $F_{hit} \geq F_{tab} \rightarrow$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari atau sama dengan 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variasi dari model regresi berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel terikat.
2. $F_{hit} \leq F_{tab} \rightarrow$ atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari atau sama dengan 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variasi dari model regresi tidak berhasil menerangkan variasi variabel bebas secara keseluruhan, sejauh mana pengaruhnya terhadap variabel terikat.

b) Uji t

Pengujian melalui Uji t adalah membandingkan antara t hitung (t_{hit}) dengan t tabel (t_{tab}) dengan derajat signifikansi 5% ($\alpha = 0.05$). Apabila hasil perhitungan menunjukkan :

1. Jika $t_{hit} \geq t_{tab}$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari atau sama dengan 5%, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika $t_{hit} \leq t_{tab}$ atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari atau sama dengan 5%, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap variabel terikat.

Definisi Operasional dan Pengukurannya

1. Kualitas Layanan (X_1)

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Parasuraman et al., (1988) seperti dikutip Christina (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu”.

Variabel kualitas layanan di ukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Bukti langsung meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi ($X_{1.1}$).
- b. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan ($X_{1.2}$).
- c. Daya tanggap yakni keinginan para karyawan dan dosen untuk membantu para mahasiswa dan memberikan pelayanan dengan tanggap ($X_{1.3}$).

- d. Jaminan meliputi pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, bebas dari bahaya, risiko atau keraguraguan ($X_{1.4}$).
 - e. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para mahasiswa ($X_{1.5}$).
2. Citra Insitusi (X_2)

Menurut Jefkins dalam Soemirat dan Ardianto, (2007), mendefinisikan citra perusahaan adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanannya saja. Citra perusahaan ini terbentuk oleh banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihinya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset, sebagainya”.

Menurut Kotler yang dialihbahasakan oleh Benyamin Molan (2007), “citra perusahaan digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat dalam pikiran masyarakat tentang suatu organisasi”. Variabel citra institusi di ukur dengan indikator yaitu :

- a. Identitas Lembaga ($X_{2.1}$).
- b. Reputasi lembaga di kenal di masyarakat ($X_{2.2}$).
- c. Nilai Layanan ($X_{2.3}$).
- d. Kompetensi Dosen dan Karyawan ($X_{2.4}$).

3. Kepuasan Mahasiswa (Y)

Kepuasan Mahasiswa dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima / peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan, atau kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan para pelanggan setelah terpenuhinya kebutuhan mereka atas sebuah produk ataupun jasa, sehingga para pelanggan memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya dapat terpenuhi.

Variabel kepuasan mahasiswa di ukur dengan indikator sebagai berikut :

- a. Kondisi ruang belajar dan ruang kantor bersih dan rapi ($Y_{1.1}$).
- b. Pelayanan dalam hal proses belajar mengajar ($Y_{1.2}$).
- c. Peralatan pelayanan dan peralatan proses belajar mengajar ($Y_{1.3}$).
- d. Jelas proses pelayanan kepada mahasiswa ($Y_{1.4}$).
- e. Sederhana dan tidak berbelit-belit ($Y_{1.5}$).
- f. Cepat dalam hal memberikan pelayanan ($Y_{1.6}$).
- g. Kepedulian terhadap kepuasan mahasiswa ($Y_{1.7}$).

- h. Menghargai setiap mahasiswa membutuhkan pelayanan ($Y_{1,8}$).
- i. Pelaksanaan sesuai jadwal yang ditetapkan ($Y_{1,9}$).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Adapun nilai r_{tabel} diperoleh dengan rumus $df = n-2$ sehingga diperoleh $df = 236-2 = 234$, maka dari hasil tersebut didapatkan angka $r_{tabel} = 0,127$.

Berdasarkan uraian serta hasil tersebut di atas, maka hasil uji validitas dari setiap item pernyataan sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
1.	Kualitas Layanan (X_1):			
	- P1	0,626	0,127	Valid
	- P2	0,738	0,127	Valid
	- P3	0,755	0,127	Valid
	- P4	0,732	0,127	Valid
2.	Citra Institusi (X_2):			
	- P1	0,660	0,127	Valid
	- P2	0,789	0,127	Valid
	- P3	0,710	0,127	Valid
	- P4	0,712	0,127	Valid
3.	Kepuasan Mahasiswa (Y):			
	- P1	0,449	0,127	Valid
	- P2	0,771	0,127	Valid
	- P3	0,604	0,127	Valid
	- P4	0,661	0,127	Valid
	- P5	0,585	0,127	Valid
	- P6	0,729	0,127	Valid
	- P7	0,782	0,127	Valid
	- P8	0,676	0,127	Valid
- P9	0,664	0,127	Valid	

Sumber : Data Olahan SPSS versi 20

Tabel 2 terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan semua variabel di dalam penelitian adalah valid, hal tersebut dapat dilihat dari nilai $r_{hitung} \geq 0,127$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Ket
1.	Kualitas Layanan (X_1)	5	0,752	Reliabel
2.	Citra Institusi (X_2)	4	0,683	Reliabel
3.	Kepuasan Mahasiswa (Y)	9	0,828	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS versi 20

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

2. Analisis Statistik

a. Pengujian Regresi Berganda 2 Prediktor

Berdasarkan hasil kuesioner responden maka dilakukan analisis data untuk mencari pengaruh kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk dengan menggunakan model analisis regresi linear berganda 2 Prediktor, dalam hal ini adalah pengaruh kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) sebagai variabel bebas (*independent*) yang dinyatakan dengan variabel X dan kepuasan mahasiswa dinyatakan sebagai variable Y (*dependent*).

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel tabulasi data responden dimana melalui data tersebut kita dapat menghitung bentuk regresinya melalui metode analisis regresi berganda, perlu jelaskan bahwa bentuk penilaiannya adalah berdasarkan jumlah keseluruhan tanggapan responden dari masing-masing variabel. Dari hasil analisis dapat dilihat pada tabel 4 yaitu :

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 2 Prediktor

Variabel Bebas	Koefisien Regresi (B)	Standar Error	t_{hit}	Sig
Constanta	0,705			
Kualitas Layanan (X_1)	0,375	0,407	6,931	0,000
Citra Institusi (X_2)	0,375	0,387	6,596	0,000
R	0,716	$F_{hit} = 122,420$		
R Square	0,512			
Adjusted R Square R	0,508			

Sumber : Data Olahan SPSS versi 20

Hasil perhitungan uji statistik menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan (X_1) = 0,375 dan citra institusi (X_2) = 0,375, sedangkan konstant koefisien regresi sebesar 0,705 sehingga apabila dimasukkan dalam persamaan regresi akan diperoleh persamaan koefisien regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,705 + 0,375 X_1 + 0,375 X_2$$

Persamaan regresi berganda tersebut selanjutnya dapat dilakukan uji hipotesis dengan melakukan tes uji-F dan uji-t Untuk mengetahui tingkat probabilitas yang dapat menentukan signifikan dari variabel koefisien regresi, apakah variabel *independent* (X) berupa pengaruh kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) memberi pengaruh positif dan signifikan secara parsial dan secara simultan terhadap variabel *dependent* (Y) kepuasan mahasiswa begitu pula sebaliknya.

b. Penjelasan Hasil Uji F Statistik

Dari hasil uji ANOVA (*analysis of variant*) atau uji F didapatkan F-hitung sebesar 122,420 dengan tingkat signifikan adalah 0,000. ini berarti bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05. untuk membuktikan hal tersebut maka terlebih dahulu tentukan tingkat derajat kebebasan (*degrees of freedom*) atau $df = n-k-1 = 236-2-1 = 233$, maka diperoleh $F_{tab} = 3,04$, menurut teori statistik apabila $F_{hit} \geq F_{tab}$ maka variabel secara simultan berpengaruh secara signifikan. Dengan perbandingan tersebut berarti dapat diketahui bahwa $F_{hit} = 122,420 \geq F_{tab} = 3,04$ yang berarti berpengaruh secara signifikan.

Dengan demikian bahwa secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk.

c. Penjelasan Hasil Uji t Statistik

Untuk membuktikan hal tersebut maka terlebih dahulu tentukan tingkat derajat kebebasan derajat kebebasan (*degrees of freedom*) atau $df = n-k-1 = 236-2-1 = 233$ maka diperoleh $t_{tab} = 1,645$.

Untuk menunjukkan bahwa dari masing-masing variabel bebas (X) yaitu berupa kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk. Hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan (X_1)

Kualitas layanan merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi terhadap kepuasan mahasiswa, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,375 yang berarti bahwa kualitas layanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 37,5 %, dimana semakin tinggi tanggapan responden mengenai kualitas layanan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 37,5 %. Namun untuk melihat seberapa besar tingkat signifikannya, dapat di lihat pada nilai uji t dan asumsi nilai signfiikannya, dimana menunjukkan $t_{hit} = 6,931 \geq t_{tab} = 1,645$ dan memiliki

asumsi nilai sig $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

2. Citra Institusi (X_2)

Citra institusi merupakan salah satu bagian yang mempengaruhi terhadap kepuasan mahasiswa, hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel citra institusi mempunyai pengaruh positif, karena diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,375 yang berarti bahwa citra institusi memberikan pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 37,5 %, dimana semakin tinggi tanggapan responden mengenai citra institusi maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 37,5 %. Namun untuk melihat seberapa besar tingkat signifikannya, dapat di lihat pada nilai uji t dan nilai signifikannya, dimana menunjukkan $t_{hit} = 6,596 \geq t_{tab} = 1,645$ dan memiliki asumsi nilai signifikan, dimana menunjukkan asumsi nilai sig $0,000 < 0,05$, yang berarti bahwa variabel citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Pengaruh Dari Masing-Masing Variabel Bebas Terhadap Kepuasan Mahasiswa di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk

Variabel Bebas	Koefisien Regresi	$t_{hit} \geq t_{tab}$	Nilai Sig $< 0,05$
Kualitas Layanan (X_1)	0,375	$6,931 \geq 1,645$	$0,000 < 0,05$
Citra Institusi (X_2)	0,375	$6,596 \geq 1,645$	$0,000 < 0,05$

Sumber : Data Olahan SPSS versi 20

Dari data tersebut diata secara parsial masing-masing variabel kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk. Dari data tersebut pula, dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan (X_1) memberikan pengaruh yang dominan terhadap kepuasan mahasiswa (Y), hal tersebut dapat dilihat dari nilai t_{hit} variabel kualitas layanan (X_1) yaitu sebesar 6,931. Oleh karena itu, variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh dominan terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk.

d. Analisis Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui bagaimana hubungan dari variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan analisis korelasi (R). Dari hasil olah data SPSS versi 20 menunjukkan bahwa koefisien korelasi berganda (R) adalah sebesar 0,619, ini berarti bahwa korelasi atau hubungan kedua variabel yaitu kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) adalah kuat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 6. Hasil Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Koefisien Korelasi	Tafsirannya
0,00 – 0,199	+ dan -	Hubungan Sangat Rendah
0,062 – 0,399	+ dan -	Hubungan Rendah
0,40 – 0,599	+ dan -	Hubungan Cukup Kuat
0,60 – 0,799	0,604	Hubungan Kuat
0,80 – 1,000	+ dan -	Hubungan Sangat Kuat

Pembahasan

Di dalam pembahasan ini dimaksudkan untuk menguji seberapa besar pengaruh antara kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga di dalam penelitian ini di ambil 236 responden dengan objek penelitian pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Kemudian dari hasil penelitian ini diketahui ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk dalam memberikan pelayanan harus menghadirkan bentuk layanan dalam bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang sesuai dan diharapkan oleh mahasiswa. Adapun bentuk-bentuk pemberian kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

Bentuk keandalan yang diberikan terhadap mahasiswa seperti memberikan pelayanan dari karyawan yang akurat dalam hal pengurusan KRS dan KHS atau pun surat keterangan yang mahasiswa, pelayanan dari dosen dalam hal keakuratan di dalam memberikan nilai, ketepatan waktu dosen mengajar dan kesiapan dosen di dalam memberikan perkuliahan. Bentuk empati dalam hal ini adalah bentuk kemudahan kepada mahasiswa untuk menemui dosen (dikampus atau di rumah), perhatian karyawan terhadap mahasiswa yang mengalami kesulitan-kesulitan dalam hal perkuliahan dan komunikasi yang baik dan ramah dari karyawan dan dosen dalam melayani mahasiswa. Dalam kaitannya dengan kepuasan mahasiswa kelima dimensi kualitas layanan tersebut secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Hal ini sesuai dengan Konsep dan teori yang mendukung dikemukakan oleh Wyckof yang dikutip Tjiptono (2014), yaitu sebagai berikut: “Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka

kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk”.

hasil dari penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Abdullah Taman, Sukirno, Annisa Ratna, Ngadirin Setiawan, Adeng Pustikaningsih. (2013). Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan Keandalan (kualitas layanan) terhadap Kepuasan mahasiswa; terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan mahasiswa; Secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan mahasiswa. Selain itu hasil penelitian juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rinala, Yudana dan Natajaya (2013). Hasil yang diperoleh dari analisis faktor konfirmatori model pengukuran memberikan hasil koefisien lambda pada bukti fisik (0,915), keandalan (0,864), daya tanggap (0,915), dan empati (0,910). Ini berarti bahwa faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati memiliki efek yang kuat, tapi faktor jaminan (0,494) memberikan efek yang lemah pada kualitas pelayanan akademik untuk mahasiswa di STP Nusa Dua Bali.

2. Citra Institusi terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian ini bermakna bahwa jika semakin baik citra Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk dimata mahasiswa, maka semakin meningkatkan kepuasan mahasiswa tersebut. Sebaliknya, jika semakin tidak baik citra insitusi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk dimata mahasiswa, maka semakin tidak puas mahasiswa tersebut.

Citra Institusi yang terbangun selama ini memberikan citra positif yang paling besar terhadap kepuasan salah satu diantaranya adalah kemampuan dosen secara keseluruhan baik, keseluruhan layanan yang diberikan, layanan KHS serta penyelesaian masalah KHS perlu terus di jaga poin-poin tersebut. Sementara itu citra yang berkaitan dengan informasi layanan yang jelas perlu terus diperbaiki agar nantinya mampu memberikan kontribusi positif yang besar terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk.

Hasil temuan ini memberikan dukungan terhadap hipotesis yang diajukan, yaitu secara parsial citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Hasil dari penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Sukmasari Pitaloka (2006) yaitu tentang hubungan citra institusi dan kepuasan yang menyimpulkan bahwa citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Citra institusi yang baik

secara langsung akan memberikan persepsi kepuasan kepada mahasiswa serta temuan ini juga selaras dengan penelitian sebelumnya yaitu hubungan citra institusi dan kepuasan yang pernah diuji oleh Maria Florensisca Margiati (2005) yang menyimpulkan bahwa citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Citra perusahaan yang baik secara langsung akan memberikan persepsi kepuasan kepada pelanggan. Untuk itu perusahaan perlu memperbaiki citra perusahaannya agar bisa memberikan kepuasan pelanggan.

3. Kualitas layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas layanan akademik dan citra institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini berarti bahwa perasaan puas atau tidak puasnya mahasiswa kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk sangat ditentukan oleh kualitas layanan yang mereka terima dan kesannya terhadap Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Semakin tinggi kinerja layanan yang diberikan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk membuat semakin positif kesannya atas lembaga dan pada akhirnya mempertinggi tingkat kepuasannya kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk.

Citra institusi dapat dikatakan sebagai variabel utama yang berdampak langsung pada kepuasan mahasiswa kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk. Hal ini tentu sudah menjadi keharusan bagi lembaga untuk dapat terus membangun citra yang positif atas lembaga dengan memperbaiki berbagai dimensi pelayanan yang diterima oleh mahasiswa. Tenaga pendidik dan tenaga administrasi sebagai sumber utama layanan akademik sangat menentukan seberapa baiknya kualitas layanan yang akan diterima mahasiswa. Oleh karena itu, salah satu cara untuk memperbaiki kualitas layanan dan citra institusi dibutuhkan kesediaan tenaga pendidik dan tenaga administrasi secara individu untuk berpartisipasi memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini juga memperkuat hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurul Qomariah, (2012), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, citra institusi terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur. Populasi di dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur yaitu sebanyak 46.479 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa. Variabel citra institusi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa.

PENUTUP

Simpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil analisis dan pembahasan yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil pengujian regresi diperoleh hasil bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
2. Dari hasil uji ANOVA (*analysis of variant*) atau uji F . Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel kualitas layanan (X_1) dan citra institusi (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) di Fakultas Ekonomi Unismuh Luwuk.
3. Variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk adalah kualitas layanan, alasannya karena memiliki nilai t_{hit} yang tertinggi jika dibandingkan dengan variabel citra institusi.

Saran

Dari hasil simpulan yang telah diuraikan diatas, maka selanjutnya akan diberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan agar perlunya meningkatkan kualitas layanan yang selama ini dijalankan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk yang meliputi, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dari seluruh dosen, karyawan maupun tenaga laboran dan pustakawan. Hal ini dimaksudkan agar Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk tetap eksis serta dapat tumbuh dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat.
2. Diharapkan agar perlunya meningkatkan lagi citra institusi yang terbangun selama ini, seperti citra positif terhadap peningkatan kepuasan mahasiswa diantaranya adalah kemampuan dosen secara keseluruhan baik, keseluruhan layanan yang diberikan, layanan KHS serta citra yang berkaitan informasi layanan perlu terus di jaga poin-poin tersebut sehingga Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Luwuk dapat lebih meningkatkan lagi kepuasan mahasiswa dan akan berdampak terhadap peningkatan jumlah mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Taman, Sukirno, Annisa Ratna, Ngadirin Setiawan, Adeng Pustikaningsih. (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Jurnal Nominal Vol. II Nomor I, Yogyakarta.
- Dewi Suryaningtias, Nuddin Harahap, Harsuko Riniwati (2013). *Analisis Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Nelayan) Di UPTD Pangkalan*

Pendaratan Ikan (PPI) POPOH, Desa Besole Kecamatan Besuki Tulungagung, Jawa Timur, Jurnal ESCOFIM Vol. 1, Universitas Brawijaya Malang

Ferdinand, Augusty, (2013), *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi : Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Indah Dwi, P. (2009). *Analisis Pengaruh Pembelajaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus Pada Undaris Ungaran)*. Tesis Program Magister Manajemen, Universitas Diponegoro.

James F. Engel, Warshaw, Kinnear, (1994), *Perilaku Konsumen*, Jilid 2, Edisi VI, terjemahan: Budijanto, PT. Binarupa Aksara, Jakarta.

Jasfar., Farid, (2005). *Manajemen Jasa*. Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor.

Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat-Prentice Hall.

----- (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Jilid satu, PT. Prehalindo, Jakarta.

----- dan Keller, K, L. (2009). *Manajemen Pemasaran (Bejamin Molan, Pentj)*. Ed 12, Jilid 1&2. Jakarta : Indeks.

Marina Purwandani (2005) *Analisis Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus pada Penumpang Kereta Api Argomuria*.

Modding, Basri (2012), *Pemasaran Strategik*, Edisi I, Cetakan I, PT. Umitoha Ukhuwah Grafika, Makassar

Mowen, John C dan Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*, Erlangga, Jakarta.

Nurul Qomariah, (2012), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*, Jurnal Aplikasi Manajemen Vol 10 No 1. Jember

Rinala, I Nyoman, I Made Yudana, I Nyoman Natajaya (2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, e-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Volume 4*.

Rofiq, Ainur. (2007). *Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia*

Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. PT. Elex Media Komputindo. Jakarta

Simonson. (1997). *Marketing Aesthetic: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*, New York: The Free Press

- Situmorang, Syafrizal Helmi et al., (2011). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*, USU Press, Medan
- Sutisna. (2001), *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Cetakan I, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2009). *Statistik Untuk Penelitian*. Cetakan Kedua. Penerbit CV. Alpha Beta. Bandung
- Tjiptono, Fandy, (2014), *Pemasaran Jasa, Prinsip penerapan dan penelitian* Yogyakarta: Andi.
- , (2002). *Strategi Pemasaran*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, Chandra, Gregorius, dan Adriana, Dadi. (2005). *Pemasaran strategik*, CV Andi offset, Yogyakarta.
- Trihendradi, Cornelius (2005), *Step by step SPSS (Analisis Data Statistik)*, Penerbit Andi Offset Yogyakarta.
- Windi Novianti (2010). *Pengaruh Citra Institusi dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Mahasiswa (survei pada Mahasiswa Jenjang DIII pada Universitas Swasta di Kota Bandung)*, Tesis Pascasarjana Magister Manajemen Unikom Bandung