

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Oleh Riamra Sibarani.
riama_sarah@yahoo.com

ABSTRAK

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dikelola untuk memenuhi keiginan konsumen. Persepsi konsumen terhadap pelayanan perusahaan tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan jasa ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut mempertahankan pelanggan agar tetap loyal terhadap perusahaan. Menurut Partua Pramana (2014) loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis. Dengan berhasilnya membangun loyalitas pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakpastian seperti saat ini. Jika mahasiswa puas dengan layanan yang diberikan oleh perguruan tinggi maka mahasiswa akan loyal terhadap keberadaan universitas dengan merekomendasikan perguruan tinggi yang bersangkutan kepada adek-adek kelasnya, atau kepada saudara-saudara dan masyarakat. Para mahasiswa yang puas menjadi loyal terhadap perguruan tinggi tempat mereka menimba ilmu

Kata Kunci : Pelayanan, Loyalitas, Variabel Intervening, Kualitas Pelayanan

ABSTRACT

Quality of service is very important to be managed to meet consumer desires. Consumer perceptions of the company's services depend on the quality of services provided by the company. The success of a service company is determined by the company's ability to retain customers to remain loyal to the company. According to Partua Pramana (2014) customer loyalty is the result of an initial trial of a product that is strengthened through satisfaction so that it will lead to repeat purchases. Repurchase by consumers of course will increase sales volume which means it will increase company profits. This loyalty will be one of the goals that must be achieved by a company in maintaining its customers from the invasion of similar competitors. With the success of building customer loyalty, the company's survival will remain afloat in the current uncertain economic conditions. If students are satisfied with the services provided by the university, they will be loyal to the existence of the university by recommending the college concerned to their classmates, or to their relatives and the community. Satisfied students become loyal to the college where they study

Keywords: Service, Loyalty, Intervening Variables, Service Quality

LATAR BELAKANG

Dengan kondisi pandemic covid-19 semua pelayanan dilaksanakan secara daring. Termasuk proses pembelajaran masih dilaksanakan secara daring. Perusahaan baik bergerak dibidang non jasa maupun yang bergerak dibidang jasa dituntut untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan. Perguruan tinggi yang bergerak dibidang jasa mau tidak mau harus berbenah diri untuk meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa. Karena mahasiswa merupakan sumber utama pendanaan universitas. Sehingga sumber dana (mahasiswa) tersebut harus tetap dijaga agar loyal terhadap universitas. Loyalitas akan tercipta jika komsumen (mahasiswa) memperoleh kepuasan-kepuasan terhadap pelayanan.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dikelola untuk memenuhi keiginan konsumen. Persepsi konsumen terhadap pelayanan perusahaan tergantung dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Keberhasilan suatu perusahaan jasa ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut mempertahankan pelanggannya agar tetap loyal terhadap perusahaan.

Menurut Partua Pramana (2014) loyalitas pelanggan merupakan akibat dari suatu percobaan awal sebuah produk yang diperkuat melalui kepuasan sehingga akan mengarah pada pembelian ulang. Pembelian ulang oleh konsumen tentu saja akan meningkatkan volume penjualan yang berarti akan meningkatkan laba perusahaan. Loyalitas tersebut akan menjadi salah satu tujuan yang harus dicapai oleh suatu perusahaan dalam mempertahankan pelanggannya dari serbuan perusahaan pesaing sejenis. Dengan berhasilnya membangun loyalitas pelanggan, kelangsungan hidup perusahaan akan tetap bertahan pada kondisi perekonomian yang sedang mengalami ketidakpastian seperti saat ini.

Jika mahasiswa puas dengan layanan yang diberikan oleh perguruan tinggi maka mahasiswa akan loyal terhadap keberadaan universitas dengan merekomendasikan perguruan tinggi yang bersangkutan kepada adek-adek kelasnya, atau kepada saudara-saudara dan masyarakat. Para mahasiswa yang puas menjadi loyal terhadap perguruan tinggi tempat mereka menimba ilmu.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, terhadap beberapa responden mengatakan bahwa kualitas pelayanan Universitas Satya Negara Indonesia sudah bagus. Sebagian besar merasa puas, karena hasil yang diperoleh sesuai dengan harapan dari pelanggan, tetapi itu baru merupakan opini dan persepsi dari beberapa responden mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia.

Permasalahan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Satya Indonesia
3. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia?
4. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasaan mahasiswa sebagai variabel intervening pada Universitas Satya Negara Indonesia?

Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah-masalah penelitian pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan sebagai variabel intervening

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tanggapan responden tentang kualitas layanan yang diberikan institusi serta menganalisis dan mendapatkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia baik secara parsial maupun secara simultan dengan kepuasan sebagai variabel intervening

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah: Mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas mahasiswa dengan variable kepuasan sebagai intervening. Memberikan kontribusi dalam pemecahan masalah-masalah tentang kepuasan pelayanan Universitas Satya Negara

Indonesia kepada mahasiswa. Sebagai masukan kepada pihak managemen USNI dalam menentukan kebijakan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan:

Kualitas pelayanan merupakan suatu driver kepuasan yang bersifat multidimensi. Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian pelanggan. Kepuasan dari sisi konsumen dipandang baik apabila memenuhi apa yang mereka harapkan, sebaliknya pelayanan akan dipersepsikan buruk apabila tidak memenuhi yang mereka harapkan (Kotler, 2000: 45). Kepuasan pelanggan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Teori consumer behavior menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah persepektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa. (Oliver, 1993: 65). Kepuasan pelanggan diharapkan akan berpengaruh terhadap loyalitas. Pelanggan yang loyal dapat memberikan keuntungan yang besar terhadap organisasi. Penyelenggaraan pendidikan selayaknya mencermati kualitas pelayanan. Kegiatan pendidikan tidak hanya diorientasikan pada hasil akhir proses pendidikan, melainkan juga melalui pembuktian akuntabilitas yang baik meliputi jaminan kualitas (quality assurance), pengendalian kualitas (quality control), dan perbaikan kualitas (quality improvement) (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi, 1998).

Che et. Al., (2013) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan juga mempunyai peran sebagai mediasi secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Ilhami (2013) citra perusahaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Faullant et. al., (2008).

Kualitas Layanan

didefinisikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Zeithaml, 1988). Kualitas layanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Kualitas layanan dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan mengenai baik buruknya suatu layanan

Loyalitas Mahasiswa

Menurut Diah Damyanti (2006:37-38) Loyalitas merupakan fungsi psikologis dalam pemberian respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh seseorang dengan mengambil perhatian satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek atau produk sejenis. Dian Dharmayanti (2006:38) mempunyai pendapat bahwa pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang sudah merasakan puas ketika memakai atau menggunakan barang dan jasa tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan dan memberitahu barang atau jasa tersebut kepada orang lain.

Pengembangan Hipotesis

Pengembangan Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H1 : Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia?

H2: Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Universitas Satya Indonesia

H3 : Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Satya Negara Indonesia?

H4 : Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasaan mahasiswa sebagai variabel intervening pada Universitas Satya Negara Indonesia

Structural Equation Modelling (SEM)

Structural Equation Model (SEM) pertama dikenalkan oleh seorang ilmuwan bernama Joreskog pada tahun 1970. *Structural Equation Modelling* (SEM) merupakan teknik statistika yang digunakan untuk membangun dan menguji model statistik yang biasanya berbentuk model-model sebab-akibat yaitu perubahan pada satu variabel berdampak pada variabel lainnya. *Structural Equation*

Modelling (SEM) merupakan metode analisis multivariate yang digunakan untuk menggambarkan hubungan linear secara simultan antara variabel yang dapat diukur secara langsung (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten).

Structural Equation Modelling (SEM) merupakan metode analisis multivariatyang digunakan untuk menggambarkan hubungan linear secara simultan antara variabel yang dapat diukur secara langsung (indikator) dan variabel yang tidak dapat diukur secara langsung (variabel laten).

Variabel- Variabel Dalam SEM:

Adapun jenis-jenis variabel dalam SEM adalah sebagai berikut:

a. Variabel Laten

Variabel laten merupakan konsep abstrak, sebagai contoh perilaku seseorang, sikap dan motivasi. Variabel laten hanya dapat diamati secara tidak langsung yaitu melalui efeknya pada variabel indikator. Terdapat dua jenis variabel laten yaitu eksogen dan endogen. Variabel laten eksogen dinotasikan dengan φ (ksi) dan variabel laten endogen dinotasikan dengan ε (etha) (Wijayanto, 2007).

Variabel Indikator: Variabel indikator adalah variabel yang dapat diamati atau dapat diukur secara empiris. Variabel indikator merupakan efek dari variabel laten eksogen diberi notasi X sedangkan efek dari variabel laten endogen diberi notasi Y. Variabel indikator diberi symbol berbentuk bujur sangkar.

Model-Model dalam SEM

Structural Equation Modelling atau Model Persamaan Structural memiliki dua jenis model yaitu model struktural dan model pengukuran. Model struktural yang mengukur hubungan antara variabel laten, kemudian model pengukuran yang mengukur hubungan antara variabel indikator dengan variabel laten. (Bollen,1989).

Korelasi dan Koefisien Determinasi

Korelasi Alat statistik yang sering dijumpai dalam analisis SEM adalah korelasi sekilipun kovarians adalah alat utama untuk melakukan perhitungan dalam model SEM. Korelasi pada dasarnya adalah melakukan standarisasi pada hasil kovarians yang di dapat, berbeda dengan kovarians, angka korelasi dibatasi dari -1 sampai +1 menunjukkan arah hubungan dua variabel sedangkan besar angka di belakangnya menunjukkan tingkat keeratan hubungan korelasi. Dalam SEM, korelasi akan banyak digunakan untuk mengartikan angka-angka yang terkait dengan estimasi koefisien regresi (pada structural model) ataupun besar factor loading pada measurement model. Koefisien korelasi, suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan antara X dan Y dapat

Koefisien Determinasi Koefisien determinasi (R^2) merupakan sumbang (share) dari x terhadap variasi (naik turunnya) y, tingkat variasi ditunjukkan oleh besarnya nilai varian y. Misalnya x = sikap terhadap kampus dan y = prestasi , $r = 0,9$ dan $R^2 = (0,9)^2 = 0,81$ artinya sumbang x (sikap terhadap kampus) terhadap variasi (naik turunnya) y (prestasi) = 81%, sisanya 19% merupakan sumbang faktor lain seperti sikap terhadap dosen dan motivasi.

Indeks Kecocokan Model

Indeks kecocokan model merupakan tahap dalam menentukan derajat kecocokan diterima atau ditolaknya model (Wijayanto, 2007). Untuk menguji keseluruhan model dapat dilihat melalui Goodness of fit (derajat kecocokan) dan signifikansi koefisien pada model pengukuran dan model struktural. Derajat kecocokan ini diantaranya , RMSEA, GFI, AGFI, dan PNFI (Joreskog, 1996). Menurut Hair et al. dikutip dalam wijayanto (2007) derajat kecocokan χ^2 , RMSEA dan GFI termasuk kedalam derajat kecocokan absolut, AGFI adalah derajat kecocokan inkremental, dan PNFI termasuk dalam derajat kecocokan parsimony. Derajat kecocokan absolut menentukan derajat prediksi model keseluruhan yaitu model pengukuran dan struktural, terhadap matriks korelasi dan kovarian.

Uji Kelayakan Uji kelayakan model adalah mengevaluasi kesesuaian atau kebaikan model secara menyeluruh (over all fit model). Terdapat beberapa metode uji yaitu: 1). Uji statistic Chi-Squares. 2). Root Mean Squares Error of Approximation. 3). Goodness of Fit Index (AGFI). 4). Root Mean Squares Residual (RMSR). Uji kelayakan model dinyatakan layak jika salah satu metode uji kelayakan

terpenuhi. Bila uji kelayakan model bisa memenuhi lebih dari satu kriteria kelayakan model, model analisis konfirmatori akan jauh lebih baik daripada hanya satu yang terpenuhi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian eksplanatori, yaitu menganalisis hubungan kausalitas antara variabel penelitian sesuai dengan hipotesis yang telah disusun. Sifat data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah cross-sectional. Pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu pengambilan sampel nonprobabilitas di mana semua elemen populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Jumlah sampel ditetapkan sebesar 371 orang. Pengumpulan data menggunakan angket (kuesioner) melalui google form, selanjutnya dilakukan penyuntingan data (editing data) dan analisis data dengan bantuan komputer program SPSS versi 20 dan AMOS versi 19. Teknik analisis data menggunakan analisis Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengidentifikasi faktor-faktor dari kualitas pelayanan, indikator kepuasan mahasiswa dan indikator loyalitas mahasiswa, serta untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan akademik, kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil perhitungan melalui analisis faktor konfirmatori dan structural equation model maka model dalam penelitian ini dapat diterima, hasil telah memenuhi criteria goodness of fit yaitu; chi square = 213. 54; probabilitas = 0,000; AGFI = 0,74; GFI = 0,77; CFI = 0,98; RMSEA = 0,076; Selanjutnya berdasarkan model fit ini akan dilakukan pengujian kepada tiga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Pengujian Hipotesis 1, Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan akademik terhadap variabel kepuasan mahasiswa. dengan nilai CR $8,520 \geq 1,645$.(signifikan). Keputusan atas uji hipotesis 1 adalah menolak H₀ dan menerima H₁, artinya variabel kualitas pelayanan akademik berpengaruh secara positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Pengujian Hipotesis 2, Terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan akademik terhadap variabel loyalitas mahasiswa dengan nilai Hipotesis 3 yang diuji adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengolahan seperti disajikan pada tabel estimasi koefisien jalur dan uji statistik dapat dilihat koefisien jalur dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,63 dengan arah positif. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan perguruan tinggi akan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Hipotesis 2 diterima, yang ditunjukkan oleh nilai t-statistik sebesar $8,43 > 1,96$ (tingkat signifikansi 5%) yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan. Keputusan atas uji hipotesis 3 adalah menerima H₀ dan menolak H₁, artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara positif (tidak signifikan) terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Pengujian Hipotesis 3, Terdapat pengaruh positif antara variabel kepuasan mahasiswa terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Dengan nilai CR $2,636 \geq 1,645$ (signifikan). Keputusan atas uji hipotesis 3 adalah menolak H₀ dan menerima H₁, artinya variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh secara positif terhadap variabel loyalitas mahasiswa. Berdasarkan atas hasil pengolahan data, landasan teori, dan kajian hasil penelitian sebelumnya maka dapat diperoleh pembahasan atas penelitian ini sebagai berikut:

Pertama: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa USNI. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil uji struktural yang menghasilkan nilai standardized estimate (factor loading) kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,895. Angka ini berada di atas 0,40 dan menunjukkan pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Pengamatan terhadap nilai kritis (critical ratio) pada regression weight yang identik dengan uji-t dalam regresi, terlihat angka C.R.(thitung) = $8,520 > 1,645$ (nilai t tabel pada level 0,05 dengan df 340 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dasar keputusan yang lain adalah dengan mengamati nilai probability (P) yang dihasilkan yaitu $P = 0,000$ atau $P < 0,05$ yang berarti terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa. Nilai efek langsung $X \rightarrow Y_1 = 0,895$ artinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 89,5 % (sangat kuat) sedangkan sisanya sebesar 10,5 % dipengaruhi oleh faktor lain di luarvaribel-varibel yang diteliti dalam penelitian ini.

Keputusan atas uji hipotesis 1 adalah H₀ ditolak dan H₁ diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa USNI telah teruji kebenarannya. penyelesaian tugas akhirnya. Kedua: Kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa

USNI. Pernyataan tersebut didukung oleh hasil uji struktural yang menghasilkan nilai standardized estimate (factor loading) kualitas pelayanan akademik terhadap kepuasan sebesar 0,679. Angka ini berada di atas 0,40 dan menunjukkan pengaruh yang signifikan pada variabel kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa. Hasil pengujian kecocokan model secara keseluruhan dengan menggunakan uji χ^2 (*chi-square*) diperoleh nilai sebesar 2133.54, *p-value* sebesar 0,000 dan nilai RMSEA = 0.076. Bila mengacu pada nilai RMSEA sudah memenuhi kriteria fit begitupun dengan indikator fit lainnya seperti *normed-chi-square* NFI, NNFI, CFI, RFI, AGFI dan PNFI sudah menunjukkan goodness of fit.

Pengujian Hipotesis

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hipotesis yang diuji adalah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil pengolahan seperti disajikan pada tabel estimasi koefisien jalur dan uji statistik dapat dilihat koefisien jalur dari variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0.63 dengan arah positif. Artinya, semakin baik kualitas layanan yang diberikan perguruan tinggi akan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Hipotesis 3 diterima, yang ditunjukan oleh nilai t-statistik sebesar $8.43 > 1,96$ (tingkat signifikansi 5%) yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan.

Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Mahasiswa

Hipotesis yang diuji adalah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa. Berdasarkan hasil pengolahan estimasi koefisien jalur dan uji statistik dapat dilihat koefisien jalur dari variabel kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa sebesar 0.87 dengan arah positif. Artinya, mahasiswa semakin puas terhadap layanan diberikan perguruan tinggi akan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Hipotesis diterima, yang ditunjukan oleh nilai t-statistik sebesar $2.04 > 1,96$ (tingkat signifikansi 5%) yang berarti bahwa hasil pengujian signifikan.

KESIMPULAN:

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analaisis data disimpulkan, bahwa Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan mhasiswa USNI. Kepuasan terhadap layanan yang diterima oleh mahasiswa USNI berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa terhadap Universitas Satya Negara Indonesia. Kualitas pelayanan secara langsung berpengaruh tidak signifikan namun secara tidak langsung melalui kepuasan berpengaruh

DAFTAR PUSTAKA.

- 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.
- Arwanda, Hartoyo & Sri. (2014). Kepuasan, Citra dan Loyalitas pada Lembaga Pendidikan Tinggi: kasus di Akademi XYZ
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2, hlm. 114-126
- Choi Sang Long, Zaiton Ibrahim, Tan Owee Kowang. (2014). An analysis on the relationship between lecturers competencies and students satisfaction. *International Education Studies*
- Data Statistik Pendidikan Tinggi 2017 Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Jakarta 2018

- Dharmayanti, D (2006). Analisis dampak service performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 1, p. 37-38
- Dimyati, Mohamad. 2009. *Analisis SEM dalam Uji Pengaruh Beberapa Variabel terhadap Loyalitas Kajian Berbasis Riset pada Debitur Kredit Usaha Kecil*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Ferdinand, Augusty. 2000. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2005. *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen, Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Edisi 3, April 2005, BP UNDIP.
- Ghozali, I. 2008. *Model Persamaan Struktural. Konsep dan Aplikasi Program Amos Ver. 5.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Helgesen, O., & Nessel, E (2007). Image. Satisfaction and Antecedents : Drivers of Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College .Corporate Reputation Review, 10 (1). 38-59
- Ilhami, F (2013). Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya), *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No. 3
- Irawati, D. (2013) Pengaruh Kinerja Dosen dan Kualitas Layanan Administrasi Akademik terhadap Loyalitas Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta Kampus Sumber Arta, *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 2 No. 1
- Kotler, Philip., and Keller, K. 2006. *Marketing Management: Customer Value, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. 12th ed. Prentice-Hall.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. and Berry, L. L. 1988. Servequal: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing* Vol. 64.
- Rangkuti, Fredi. 2008. *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.