Visioner: Jurnal Manajemen dan Entrepreneurship
Vol. 02, No. 01, Tahun 2012
ISSN: 2088-2416

Halaman 15 - 32

PENGARUH PERSEPSI MAHASISWA ATAS KUALITAS LAYANAN EDUKASI TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN PADA PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN UNIVERSITAS SURABAYA

Fariz
Dosen STIE YAPAN Surabaya dan Politeknik Universitas Surabaya

Abstract: Surabaya University is a famous private university in Surabaya. Surabaya University wants to be the first university in heart and mind. One of study's program of Surabaya University is management's magister. This program held in great competition. Almost of university, public, private, and Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi have management's magister with all their positive things. Developing information technology also can increase competition, because it can give students more information. Besides that, management's magister of Surabaya University must give attention to perception, satisfaction, and loyalty of students to competitive with other university and increase quality of education's service.

This research to analyze some effects of student's perception in quality of education's service to loyalty through satisfaction in management's magister of Surabaya University. The purpose is to guarantee quality and consistency of education's service to students. So it can get satisfaction and create loyalty of students.

This research applied survey method with total sample is 68 students. This taking sample used total sampling method. Data were collected from questionnaires. Validity and reliability tests were applied measure every single item of research variables. Then, every research variables were grouped in quality dimention with factor analysis. The data were analyzed by using multiple linear regression analysis technique to analyze some effects of students perception in quality of education service to satisfaction, and using simple linear regression analysis technique to analyze effect of student satisfaction to loyalty. This research used 5 % significant level.

Based on the above analysis, the result are as follows : (1) according to factor analysis had formed five dimentions, are reputation, physic aspect, study factor, program issues, and location, (2) according to multiple linear regression analysis, there are two dimentions (reputation and study factor) have some influences to satisfaction, and (3) according to simple linear regression analysis, satisfaction of students has influence to loyalty.

Based on those findings, suggestions can be gave are keep reputation of management's magister of Surabaya University and increase quality of study factor

Keywords : Education Service Quality, Loyalty, Satisfaction

Pendahuluan

Memasuki abad ke-21 semua bangsa akan dihadapkan pada berbagai macam tantangan yang serius dan amat mendasar, utamanya berkaitan dengan kompetisi yang berdimensi global. Kompetisi global atau globalisasi tersebut mensyaratkan tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas dan berwawasan keunggulan. Sumber daya manusia yang berkualitas dan berwawasan keunggulan itu merupakan faktor determinan dalam persaingan antarbangsa pada abad ke-21.

Salah satu indikator untuk menentukan kualitas sumber daya manusia adalah tingkat pengetahuan yang dimiliki, karena pengetahuan menjadi sumber daya utama untuk pembangunan sosial, ekonomi dan politik. Pelayanan pendidikan dan pelatihan perlu ditempatkan pada posisi yang menentukan, karena manusia yang berpengetahuan adalah keluaran dari suatu sistem pendidikan atau pelatihan, baik formal, nonformal, maupun informal dimana kualitas sumber daya manusia Indonesia jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara lain pada tahapan pembangunan yang setara, bahkan di kawasan ASEAN sekalipun. Rendahnya kualitas sumber daya manusia Indonesia tercermin dalam hasil survey *Human Development Index* 2004 yang menempati peringkat 113 dari 177 negara di dunia (UNDP, 2004).

Indonesia masih memerlukan sumber daya manusia handal dan profesional yang memiliki latar belakang pendidikan manajemen. Seiring dengan itu, penyelenggaraan pendidikan manajemen khususnya program magister manajemen di Indonesia berkembang pesat sejak awal tahun

1990-an. Hal ini bisa merupakan indikasi baik bila dilihat dari akan terpenuhinya keperluan nasional tenaga profesional secara kuantitatif. Akan tetapi, yang masih menjadi pertanyaan adalah berkaitan tentang kualitas pendidikan dan juga tingkat kepuasan serta loyalitas yang diberikan penyelenggara program magister manajemen kepada mahasiswanya di mana menurut Madu and Kuei (1993) mahasiswa dipandang sebagai sebagai *primary customers* yang menerima jasa layanan edukasi secara langsung.

Program Magister Manajemen Universitas Surabaya berdiri di tengah persaingan yang semakin hebat di mana hampir setiap Universitas baik negeri maupun swasta serta Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi menyelenggarakan Program Magister Manajemen dengan segala kelebihan yang dimiliki. Kemajuan teknologi informasi juga ikut berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena dapat memberi mahasiswa akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Artinya mahasiswa sebagai pelanggan utama memiliki pilihan yang lebih banyak dalam menggunakan uang yang dimilikinya (Mardalis, 2004). Terutama pada jasa pendidikan, di mana menurut Lupiyoadi et.al (2006) masuk dalam kategori jasa dengan level "*high contact system*" yaitu hubungan antara pemberi jasa dengan pelanggan tinggi.

Dilihat dari jumlah mahasiswa baru yang mendaftar, Program Magister Manajemen Universitas Surabaya setiap tahunnya mengalami fluktuasi jumlah yang kecenderungannya mengalami penurunan. Berdasarkan data dari akademik, tahun angkatan 2005/2006 jumlah mahasiswa yang mendaftar 33 orang dan yang diterima sebagai mahasiswa sebanyak 27 orang. Pada tahun angkatan 2006/2007 jumlah mahasiswa yang mendaftar sebanyak 22 orang dan yang diterima sebagai mahasiswa sebanyak 21 orang. Jumlah mahasiswa yang semakin menurun dan adanya peningkatan intensitas kompetisi, menuntut Program Magister Manajemen Universitas Surabaya selaku penyedia jasa pendidikan untuk selalu menjadikan sekolah bisnisnya lebih fleksibel dan inovatif terhadap apa yang ditawarkan (Ponzurick, France, & Logar, 2000; Reingold & Schneider, 1999). Maka dari itu, hanya Program Magister Manajemen yang benar-benar berkualitas yang dapat memenangkan persaingan dalam pasar global.

Program Magister Manajemen Universitas Surabaya perlu mengetahui faktor-faktor dari kualitas layanan edukasi yang dilaksanakan menurut persepsi mahasiswa. Penerapan analisis faktor diperlukan untuk

mempelajari produk atau jasa yang sangat kompleks dengan maksud untuk mengidentifikasi karakteristik (atau faktor) yang dianggap penting bagi konsumen terhadap produk atau jasa tersebut (Rangkuti, 2002: 2). Dengan mengetahui faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen maka selanjutnya Program Magister Manajemen Universitas Surabaya dapat memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik mahasiswa sehingga Program Magister Manajemen Universitas Surabaya dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa di mana menurut Tjiptono (2005) kepuasan pelanggan berkontribusi pada terciptanya rintangan beralih (*switching barriers*), biaya beralih (*switching costs*), dan loyalitas pelanggan. Maka dari itu, diharapkan nantinya visi misi yang dicanangkan oleh lembaga akan bisa diwujudkan dengan menganalisis pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas layanan edukasi terhadap loyalitas melalui kepuasan pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya, tentunya untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa edukasi kepada mahasiswa sehingga akan mampu mencapai kepuasan yang pada akhirnya menciptakan loyalitas dari mahasiswa.

Menurut Kotler, Hayes dan Bloom dalam Mardalis (2005) menyebutkan ada enam alasan mengapa suatu institusi perlu mendapatkan loyalitas pelanggannya. Pertama: pelanggan yang ada lebih prospektif, artinya pelanggan loyal akan memberi keuntungan besar kepada institusi. Kedua: biaya mendapatkan pelanggan baru jauh lebih besar berbanding menjaga dan mempertahankan pelanggan yang ada. Ketiga: pelanggan yang sudah percaya pada institusi dalam suatu urusan akan percaya juga dalam urusan lainnya. Keempat: biaya operasi institusi akan menjadi efisien jika memiliki banyak pelanggan loyal. Kelima: institusi dapat mengurangkan biaya psikologis dan sosial dikarenakan pelanggan lama telah mempunyai banyak pengalaman positif dengan institusi. Keenam: pelanggan loyal akan selalu membela institusi bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada orang lain untuk menjadi pelanggan.

Maka dari itulah, mengesampingkan suara mahasiswa merupakan satu strategi yang salah, karena kualitas tidak ditentukan oleh produsen tetapi oleh konsumen. Produsen hanya membuat barang dan jasa sedangkan yang menilai barang dan jasa tersebut adalah konsumen. Prinsip yang mengatakan bahwa apapun yang diperbuat oleh produsen akan laku di pasar sudah tidak relevan lagi di masa kini. Oleh karena itu,

produsen harus menyesuaikan produk dan jasanya dengan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang dikemukakan di atas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian adalah: (1) Apakah persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya? dan (2) Apakah kepuasan mahasiswa atas kualitas layanan edukasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya ?.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya serta menganalisis pengaruh kepuasan mahasiswa atas kualitas layanan edukasi terhadap loyalitas pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya.

Manfaat penelitian bagi pembaca adalah menerapkan implementasi secara langsung teori di lapangan berkaitan dengan penerapan kualitas jasa dan kepuasan serta loyalitas mahasiswa pada jasa perguruan tinggi khususnya pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya sedangkan bagi institusi (Program Magister Manajemen Universitas Surabaya) adalah informasi ini penting bagi pihak manajemen sebagai upaya untuk mendapatkan gambaran yang valid dan andal atas jasa perusahaan di mata mahasiswa. Selain itu, dapat berguna dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas jasa di masa dating dimana masyarakat pun memperoleh gambaran dan masukan mengenai Program Magister Manajemen Universitas Surabaya dalam hal kualitas layanan edukasi, kepuasan serta loyalitas mahasiswa.yang ada di sana

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* atau penelitian penjelasan karena ingin menjelaskan hubungan kausal yang terjadi antara persepsi mahasiswa atas kualitas layanan edukasi terhadap loyalitas melalui kepuasan dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah disebutkan di atas. Sedangkan, metode yang dilakukan adalah metode survey deskriptif dimana merupakan suatu metode penelitian yang mengambil sample dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner

sebagai alat pengumpulan data. Setelah data diperoleh, kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian ini akan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian ini (Effendi, 2003: 3).

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah dan tujuan penelitian, variabel-variabel yang akan diteliti dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan atas tiga kelompok variabel yaitu (1) variabel bebas, merupakan dimensi ($X_1, X_2, \ldots X_n$) yang digunakan oleh mahasiswa untuk mempersepsikan kualitas layanan edukasi yang didasarkan pada analisis faktor dari indikator-indikator yang muncul melalui FGD (*Focus Group Discussion*) (2) variabel antara, adalah kepuasan mahasiswa (Y) serta (3) variabel tergantung, yaitu loyalitas mahasiswa (Z).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya. Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Untuk dapat menilai kualitas layanan edukasi dengan baik dan tepat maka digunakan teknik *purposive sampling* dimana sampel yang memenuhi tujuan penelitian adalah seluruh mahasiswa dengan masa studi minimal satu tahun. Total mahasiswa yang memenuhi kriteria di atas sebanyak 68 orang (Info Program Magister Manajemen Universitas Surabaya, 2007).

Model analisis yang digunakan untuk membuktikan hipotesis satu yaitu "Persepsi Mahasiswa Atas Kualitas Layanan Jasa Edukasi Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya" digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Linier Regression Analysis*). Sedangkan, untuk menguji hipotesis dua yaitu "Kepuasan Mahasiswa Atas Kualitas Layanan Edukasi Berpengaruh Secara Positif dan Signifikan Terhadap Loyalitas Pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya" model analisisnya digunakan analisis regresi linear sederhana dibantu dengan program SPSS *for Windows* versi 13.0.

Hasil Penelitian

Berdasarkan analisis faktor menghasilkan lima faktor atau dimensi. Adapun dimensi tersebut adalah sebagai berikut : (1) Reputasi, dengan variabel yaitu kemudahan prosedur administrasi mahasiswa baru, reputasi gelar, kompetensi dan kualitas instrukstur dan dosen, ketepatan waktu penyelesaian pendidikan, kesesuaian biaya yang dikeluarkan selama menempuh pendidikan, dan tersedianya informasi peluang atau

lowongan pekerjaan; (2) Aspek Fisik, dengan variabel yaitu fasilitas penunjang atau akomodasi (kantin, tempat parkir, sarana ibadah), fasilitas yang terkait dengan akademis (ruang perpustakaan, ruang kelas, ruang internet, media perkuliahan, buku atau jurnal-jurnal penelitian), dan tata letak keseluruhan (letak ruang kelas, kantin, perpustakaan) gedung; (3) Faktor Studi, dengan variabel yaitu struktur dan kurikulum mata kuliah yang fleksibel dan keseimbangan komponen praktik (tuntutan ketrampilan, profesi, dan dunia kerja) dalam program studi bagi mahasiswa; (4) Isu program, dengan variabel yaitu keragaman dan kelengkapan pilihan program atau konsentrasi bagi mahasiswa dan kemudahan prosedur pindah konsentrasi bagi mahasiswa; (5) Lokasi, dengan variabel yaitu kemudahan dijangkaunya kampus.

Tabel I
Identifikasi Dimensi Persepsi Atas Kualitas Layanan Edukasi Pada Program Magister Manajemen Universitas Surabaya

Kode	Indikator	*Factor Loading*	Dimensi
V1	Keragaman dan kelengkapan pilihan program atau konsentrasi bagi mahasiswa.	0,758	Isu program
V2	Kemudahan prosedur pindah konsentrasi bagi mahasiswa.	0,707	Isu program
V3	Struktur dan kurikulum mata kuliah yang fleksibel.	0,796	Studi
V4	Kemudahan prosedur penerimaan mahasiswa baru.	0,653	Reputasi
V5	Keseimbangan komponen praktik	0,778	Studi
V6	Reputasi gelar yang dihasilkan.	0,802	Reputasi
V7	Kompetensi dan kualitas instruktur dan dosen.	0,758	Reputasi
V8	Fasilitas penunjang atau akomodasi.	0,906	Fisik
V9	Fasilitas yang terkait dengan akademis.	0,933	Fisik

V10	Tata letak keseluruhan gedung.	0,820	Fisik
V11	Ketepatan waktu penyelesaian pendidikan.	0,500	Reputasi
V12	Kesesuaian biaya yang dikeluarkan selama menempuh pendidikan.	0,667	Reputasi
V13	Informasi peluang atau lowongan pekerjaan.	0,822	Reputasi
V14	Kemudahan dijangkaunya kampus.	0,822	Lokasi
V15	Ketenangan dan kenyamanan suasana kampus.	0,470	Tidak dikelompokkan

Sumber : data diolah

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya. Analisis regresi ini menggunakan metode *enter*. Hasil regresi linear berganda ini dapat dilihat pada tabel II dibawah ini.

Tabel II
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Kode	Variabel	B	Std. Error	t-hitung	Sig
Constant		1,546	0,593	3,269	0,002
repglr	Reputasi	0,202	0,097	2,086	0,041
fsik	Aspek fisik	0,138	0,114	1,208	0,232
stdi	Faktor studi	0,301	0,113	2,659	0,010
isprog	Isu prgram	0,116	0,106	1,094	0,278
lokasi	Lokasi	0,074	0,073	1,019	0,312
F hitung model = 9,040 Durbin Waston = 1,668					

Sumber : data diolah

Persamaan regresi linear berganda pengaruh persepsi mahasiswa atas kualitas layanan jasa edukasi terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya adalah sebagai berikut : **Y =**

1,546 + 0,202 Reputasi + 0,138 Aspek Fisik + 0,301 Faktor Studi + 0,116 Isu Program + 0,074 Lokasi. Setelah dilakukan uji kelayakan model di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model linear yang telah terbentuk layak digunakan sebagai model dugaan.

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kepuasan mahasiswa atas kualitas layanan edukasi terhadap loyalitas mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya. Hasil analisis regresi linear sederhana ini dapat dilihat pada Tabel III berikut.

Tabel III
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Kode	Variabel	B	Std. Error	Beta	t-hitung	Sig
Constant		1,705	0,511		3,334	0,001
Puas	Kepuasan terhadap layanan edukasi	0,580	0,124	0,5	4,692	0,000
R square = 0,250			F hitung = 22,607			
Durbin Watson = 1,798						

Sumber : data diolah

Persamaan regresi linear sederhana pengaruh kepuasan atas kualitas layanan jasa edukasi terhadap loyalitas mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya adalah sebagai berikut : **Y = 1,705 + 0,580 kepuasan.** Setelah dilakukan uji kelayakan model di atas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa model linear yang telah terbentuk layak digunakan sebagai model dugaan.

Pembahasan

Berdasarkan analisis faktor, terdapat lima penggolongan dimensi. Kelima dimensi tersebut adalah:

1. Reputasi

Pada dimensi pertama ini terdapat enam variabel yang memiliki korelasi yang tinggi dengan dimensi pertama, yaitu : kemudahan prosedur

administrasi mahasiswa baru, reputasi gelar yang dihasilkan oleh Program Magister Manajemen Universitas Surabaya, kompetensi dan kualitas instrukstur dan dosen, ketepatan waktu penyelesaian pendidikan, kesesuaian biaya yang dikeluarkan selama menempuh pendidikan, dan tersedianya informasi peluang atau lowongan pekerjaan.

Berdasarkan penelitian dari West, Noden and Gosling (2000) yang berjudul "*Quality in Higher Education : An International Perspective*" dengan melakukan pendekatan sistem maka pada kualitas layanan jasa edukasi, membagi atau mengklasifikasikan kualitas pendidikan menjadi tiga bagian yaitu : *input* (*raw materials*) berkaitan dengan persyaratan masuk sebagai mahasiswa, *process* (*teaching and learning process*) berkaitan dengan proses belajar dan mengajar pada institusi tersebut, dan yang terakhir adalah *output* (*product and services*) berkaitan dengan tingkat kemudahan mahasiswa mencari pekerja serta reputasi akademik dari institusi tersebut di mata masyarakat.

Penamaan dimensi pertama sebagai reputasi berdasarkan pada variabel yang masuk kedalamnya. Variabel kemudahan prosedur administrasi mahasiswa baru akan mempengaruhi reputasi Program Magister Manajemen tersebut. Bila prosedur mahasiswa baru di Program Magister Manajemen berbelit-belit, maka masyarakat dapat menganggap bahwa kualitas pelayanan pada Program Magister Manajemen tersebut kurang baik untuk pertama kalinya. Apalagi untuk variabel reputasi gelar yang dihasilkan sangat mempengaruhi reputasi Program Magister Manajemen tersebut. Bila reputasi gelar yang dihasilkan oleh Program Magister Manajemen tergolong baik, maka masyarakat akan memilih Program Magister Manajemen tersebut. Begitu pula pada variabel kompetensi dan kualitas instrukstur dan dosen. Bila dosen dan instrukturnya berkompeten dan berkualitas, maka dapat mengangkat reputasi Program Magister Manajemen tersebut di mana menurut Alma (2000) dosen adalah sumber daya yang sangat potensial dalam menentukan mutu pendidikan yang diberikan di mana dosen adalah sebagai "*marketing agent*" yang menimbulkan daya tarik tersendiri bagi para mahasiswa.

Sedangkan untuk variabel ketepatan waktu penyelesaian pendidikan jelas sangat mempengaruhi reputasi sebuah Program Magister Manajemen. Bila seluruh mahasiswanya dapat menyelesaikan pendidikannya tepat waktu, maka akan menciptakan citra yang baik di mata masyarakat, sehingga akan menimbulkan reputasi yang baik pula.

Selain itu, kesesuaian biaya yang dikeluarkan selama menempuh pendidikan juga mempengaruhi reputasi dari Program Magister Manajemen. Bila masyarakat menganggap biaya yang dikeluarkan tidak sesuai dengan yang diterimanya, maka reputasi Program Magister Manajemen tersebut akan turun di mana riset membuktikan bahwa konsumen menggunakan harga sebagai salah satu indikator dari kualitas suatu produk atau jasa (Kotler dan Fox, 1995). Variabel yang terakhir adalah tersedianya informasi peluang atau lowongan pekerjaan. Informasi tentang lowongan pekerjaan in sangat dibutuhkan oleh setiap calon lulusan maupun lulusannya. Bila di Program Magister Manajemen tidak terdapat informasi lowongan pekerjaan dapat mempengaruhi reputasi Program Magister Manajemen tersebut. Sehingga keenam variabel di atas dinamakan dimensi reputasi.

Dari hasil analisis regresi, dimensi reputasi dari Program Magister Manajemen Universitas Surabaya memiliki pengaruh yang searah dan signifikan dengan kepuasan mahasiswa, di mana tingkat signifikansinya sebesar 0,041. Maka dari itulah, Program Magister Manajemen Universitas Surabaya harus benar-benar menjaga reputasinya mengingat jasa mempunyai sifat *intangible*. Sehingga agar dapat meningkatkan jumlah mahasiswa yang serta meningkatkan tingkat kepuasan maka menurut Tjiptono (2006) untuk merespons masalah-masalah ini, penyedia jasa dapat menerapkan dengan jalan mendorong para pelanggan yang puas untuk merekomendasikan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya di mana reputasi yang baik akan memegang peranan yang penting.

2. Aspek Fisik

Variabel yang mempunyai korelasi yang tinggi dengan aspek fisik, yaitu : fasilitas penunjang atau akomodasi (kantin, tempat parkir, sarana ibadah), fasilitas yang terkait dengan akademis (ruang perpustakaan, ruang kelas, ruang internet, media perkuliahan, buku atau jurnal-jurnal penelitian), dan tata letak keseluruhan (letak ruang kelas, kantin, perpustakaan) gedung. Fasilitas fisik adalah lingkungan fisik tempat jasa diciptakan dan tempat berinteraksinya penyedia jasa dan konsumen. Dalam kaitan ini, Lupiyoadi (2001) menyatakan ada dua tipe *physical evidence* yaitu "*essential evidence*" dan "*peripheral evidence*". *Essential evidence* merupakan semua bentuk fisik yang tampil termasuk desain dan layout dari gedung kampus, fasilitas ruang kuliah, perpustakaan, tempat parkir dan fasilitas fisik lainnya. Sedangkan *peripheral evidence* merupakan

penunjang dalam bukti fisik lainnya seperti pakaian seragam, lingkungan fisik sekitar kampus dan lain-lain. Tiga dari dua variabel termasuk dalam fasilitas. Baik fasilitas penunjang maupun fasilitas yang terkait dengan akademis wujudnya dapat dilihat dan dapat ditempati. Begitu pula dengan tata letak gedung secara keseluruhan. Tata letak gedung dapat dilihat oleh semua para penggunanya. Oleh karena itu, ketiga variabel ini dinamakan dimensi aspek fisik.

Dari hasil analisis regresi, memiliki pengaruh yang tidak signifikan dengan kepuasan mahasiswa, di mana tingkat signifikansinya sebesar 0,232. Meski aspek fisik merupakan salah satu elemen penting dalam *service marketing mix*, kenyataan di lapangan menunjukkan lengkapnya fasilitas atau tingginya kualitas dari aspek fisik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan di mana mahasiswa menganggap fasilitas yang lengkap serta tingginya kualitas dari aspek fisik merupakan faktor yang sudah selayaknya mereka terima mengingat biaya pendidikan yang mereka keluarkan tidak sedikit.

3. Faktor Studi

Variabel yang memiliki korelasi yang tinggi dengan faktor studi, yaitu : struktur dan kurikulum mata kuliah yang fleksibel dan keseimbangan komponen praktik (tuntutan ketrampilan, profesi, dan dunia kerja) dalam program studi bagi mahasiswa. Berdasarkan penelitian Cook (1997) yang berjudul "*A Student's Perspective of Service Quality in Education*" dengan populasi mahasiswa jurusan keperawatan, terdapat lima faktor determinan kualitas suatu pendidikan tinggi yaitu : *academic staff, study factors, general welfare factors, nursing practice factors* dan *extra-curricular activity*.Variabel struktur dan kurikulum mata kuliah yang fleksibel dan keseimbangan komponen praktik (tuntutan ketrampilan, profesi, dan dunia kerja) dalam program studi bagi mahasiswa tentu sangat berkaitan erat dengan faktor studi. Seorang mahasiswa yang sedang menjalani proses belajar di suatu universitas tentu sangat membutuhkan struktur mata kuliah, kurikulum mata kuliah, dan komponen praktik (tuntutan ketrampilan, profesi, dan dunia kerja) untuk menyelesaikan studinya. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut dinamakan dimensi faktor studi.

Dari hasil analisis regresi, memiliki pengaruh yang signifikan dengan kepuasan mahasiswa, di mana tingkat signifikansinya sebesar 0,010. Maka dari itulah, Program Magister Manajemen Universitas

Surabaya harus benar-benar meningkatkan kualitas dari dimensi faktor studi mengingat layanan edukasi penerima jasanya adalah orang atau dalam jasa biasa disebut sistem kontak tinggi (*high contact system*) di mana pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung (Lupiyoadi, 2006). Pada jasa kontak tinggi, keterampilan interpersonal staf penyedia jasa merupakan aspek krusial, karena karyawan jasa menjalankan fungsi strategik yang disebut "*service trinity*" (Bowen and Schneider, 1988) : mereka yang melakukan operasi jasa, memasarkan jasa, dan disamakan oleh konsumen sebagai jasa

4. Isu Program

Variabel yang memiliki korelasi yang tinggi dengan isu program, yaitu : keragaman dan kelengkapan pilihan program atau konsentrasi bagi mahasiswa dan kemudahan prosedur pindah konsentrasi bagi mahasiswa. Berdasarkan jurnal "*Quality Assurance in Education*" dari Joseph (1997) yang berjudul "*Service Quality in Education: A Student Perspective*" didapatkan beberapa faktor-faktor penentu atau determinan dari kualitas jasa pada perguruan tinggi, antara lain : *programme issues* (isu-isu program), *academic reputation* (reputasi akademik), *physical aspects* (aspek fisik), dimensi *cost / time* (biaya dan waktu), *career opportunities* (peluang karir) dan yang terakhir adalah *location* (lokasi) di mana lokasi ini berkaitan dengan letak geografis institusi tersebut.

Keragaman dan kelengkapan pilihan program atau konsentrasi, serta kemudahan prosedur pindah konsentrasi merupakan hal yang sengaja diciptakan untuk membedakan dengan penyedia jasa serupa sehingga diharapkan bisa lebih unggul dibandingkan pesaing. Oleh karena itu, kedua variabel tersebut dinamakan isu program. Dari hasil analisis regresi, dimensi isu program tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan kepuasan mahasiswa, di mana tingkat signifikansinya sebesar 0,278. Dengan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat dikatakan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya menganggap isu program yang ada tidak menyebabkan kepuasan.

5. Lokasi

Variabel yang memiliki korelasi yang tinggi dengan lokasi, yaitu kemudahan dijangkaunya kampus. Untuk mendapatkan persepsi yang positif, penyelenggara perguruan tinggi harus memudahkan ketersediaan

produk pendidikan. Menurut Kotler dan Fox (1995) lokasi dan penjadwalan program pendidikan dapat menjadi penentu keberhasilan suatu lembaga pendidikan tinggi. Lebih lanjut dinyatakan bahwa para calon mahasiswa biasanya menghindari daerah perkotaan yang berbahaya, lingkungan yang tidak menyenangkan dan tidak aman atau daerah yang terisolasi dan membosankan. Oleh karena itu, variabel kemudahan dijangkaunya kampus dinamakan dimensi lokasi.

Dari hasil analisis regresi, dimensi lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dengan kepuasan mahasiswa, di mana tingkat signifikansinya sebesar 0,312. Dengan tidak adanya pengaruh yang signifikan, maka dapat dikatakan mahasiswa menganggap dimensi lokasi tidak menyebabkan kepuasan. Berdasarkan karakteristik jasa perguruan tinggi, menurut Lupiyoadi (2006) pelanggan yang mendatangi lembaga pendidikan tersebut untuk mendapatkan jasa yang diinginkan. Sehingga, lokasi tempat institusi merupakan konsekuensi dari mahasiswa selaku penerima jasa.

Kesimpulan

Pada uji analisis regresi linier berganda ini, dari 5 dimensi kualitas (reputasi, aspek fisik, faktor studi, isu program serta lokasi) yang terbentuk hanya 2 dimensi yang berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap varian variabel dependen, yaitu dimensi reputasi dan faktor studi dengan tingkat signifikansi masing-masing sebesar 0,041 dan 0,010. Tingkat signifikansi kedua dimensi tersebut lebih kecil dari 0,05. Sedangkan dimensi aspek fisik, isu prgoram, dan lokasi tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05, yaitu 0,232, 0,278, dan 0,312. Sehingga dimensi aspek fisik, isu program serta lokasi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya.

Pada uji regresi linear berganda untuk menguji hipotesis satu dapat diambil kesimpulan bahwa "persepsi mahasiswa atas kualitas layanan edukasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya". Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* hasil analisis regresi. Pada tabel tersebut terlihat signifikansi masing-masing dimensi reputasi dan faktor studi kurang dari 0,05.

Pada uji regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis dua dapat diambil kesimpulan bahwa "kepuasan mahasiswa atas kualitas layanan

edukasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Program Magister Manajemen Universitas Surabaya". Hal ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* hasil analisis regresi. Pada tabel tersebut terlihat signifikansi kepuasan kurang dari 0,05.

Adapun saran-saran yang dapat diberikan berkaitan dengan hasil penelitian ini adalah Program Magister Manajemen Universitas Surabaya harus meningkatkan kualitas dari dimensi reputasi yang indikatornya terdiri dari kemudahan prosedur administrasi mahasiswa baru, reputasi gelar yang dihasilkan, kompetensi dan kualitas instrukstur dan dosen, ketepatan waktu penyelesaian pendidikan, kesesuaian biaya yang dikeluarkan selama menempuh pendidikan, dan tersedianya informasi peluang atau lowongan pekerjaan. Jasa mempunyai sifat *intangible*, agar dapat meningkatkan jumlah mahasiswa serta meningkatkan tingkat kepuasannya maka menurut Tjiptono (2006) untuk merespons masalah-masalah ini, penyedia jasa dapat menerapkan dengan jalan mendorong para pelanggan (mahasiswa) yang puas untuk merekomendasikan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya.

Program Magister Manajemen Universitas Surabaya harus benar-benar meningkatkan kualitas dari dimensi faktor studi yang indikatornya terdiri dari struktur dan kurikulum mata kuliah yang fleksibel dan keseimbangan komponen praktik. Pada layanan edukasi, penerima jasanya adalah orang atau dalam jasa biasa disebut sistem kontak tinggi (*high contact system*) yang mempunyai arti pelanggan dan penyedia jasa terus berinteraksi selama proses pemberian jasa berlangsung (Lupiyoadi, 2006). Pada jasa kontak tinggi, keterampilan interpersonal staf penyedia jasa merupakan aspek krusial, karena karyawan jasa menjalankan fungsi strategik yang disebut "*service trinity*" (Bowen and Schneider, 1988) : mereka yang melakukan operasi jasa, memasarkan jasa, dan disamakan oleh konsumen sebagai jasa.

Pada penelitian ini, persepsi kualitas layanan edukasi hanya didasarkan dari sisi mahasiswa saja. Diharapkan, penelitian terhadap persepsi terhadap kualitas layanan jasa edukasi dapat diperluas tidak hanya dari mahasiswa saja akan tetapi dari seluruh *stakeholder* yang ada seperti karyawan, orang tua mahasiswa serta perusahaan yang memperkerjakan lulusan dari pendidikan tinggi