

**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswadengan
Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening
Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin**

Apriya Santi

e-mail : apriya.santi@yahoo.com

Rina

e-mail : hj.rinafekon@gmail.com

ABSTRACT

Evaluation on the service quality and trust can develop positive perceptions in an effort to provide students' satisfaction. The purposes of this study are to find out and analyze the effect of service quality on students' trust, knowing and analyze the effect of trust on students' satisfaction and analyze the indirect effect of service quality on students' satisfaction through trust as an intervening variable. With a purposive sampling technique, there are 150 people sampled as respondents. The analysis technique used to test the hypothesis is Structural Equation Modelling. The results showed that service quality has significant effect on students' trust. The trust has significant effect on the level of students' satisfaction, but there is no indirect effect of the service quality on students' satisfaction through students' trust in the Economics Faculty of the Islamic Kalimantan University.

Keywords : Service Quality, Trust, Satisfaction

ABSTRAK

Evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan kepercayaan dapat mengembangkan persepsi positif dalam upaya memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan mahasiswa, mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa dan mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dengan kepercayaan sebagai variabel intervening. Dengan teknik PurposiveSampling, terdapat 150 orang sampel yang dijadikan sebagai responden. Teknik analisis yang digunakan untuk menguji hipotesisnya adalah Structural Equation Modelling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, tetapi tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan

PENDAHULUAN

Keberadaan institusi pendidikan formal pada tingkat yang lebih tinggi dipandang sangat penting, tersedia berbagai institusi pendidikan tinggi dengan bermacam pilihan bidang studi sesuai dengan minat masyarakat. Berbagai jenjang pendidikan tinggi dari diploma, program sarjana, program magister hingga program spesialis diselenggarakan oleh perguruan tinggi dengan tujuan untuk mewujudkan kualitas sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi. Berbagai manfaat dirasakan oleh masyarakat dengan melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi misalnya memiliki pengetahuan, keahlian dan daya kreativitas yang tinggi sehingga mampu bersaing di dunia kerja dan bisnis. Dengan melanjutkan pendidikan dapat memberikan perubahan pada taraf hidup agar lebih berkualitas yang akan memberikan keuntungan di masa depan dan akan memiliki *attitude* yang baik dalam bermasyarakat. Hal ini selaras dengan kondisi di Kalimantan Selatan yang cukup kondusif sebagai provinsi yang berkembang dan terbuka terhadap sumber daya manusia yang memiliki keahlian, memiliki kompetensi, mampu bersaing di dunia kerja ataupun mampu berwirausaha untuk bisa memberikan nilai tambah bagi perkembangan pembangunan daerah dan bagi kesejahteraan mereka sendiri.

Ditinjau dari perspektif pemasaran, kondisi ini menjadi peluang bagi perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Islam Kalimantan khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen sebagai program studi yang memiliki pasar potensial yang cukup besar, maka harus responsif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi karena meningkatnya pengetahuan mahasiswa yang ditunjukkan dengan sikap yang semakin kritis, maka pihak manajemen Fakultas Ekonomi harus mampu bertahan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, karena telah tersedia program studi yang sama pada universitas atau sekolah tinggi yang berbeda. Jika ingin berkembang dan memiliki daya saing maka harus dapat memberikan produk berupa jasa yang berkualitas disertai dengan bentuk pelayanan yang terbaik kepada mahasiswa dibandingkan dengan pesaing. Manajemen Fakultas Ekonomi perlu meningkatkan kualitas jasanya kepada mahasiswa, dimana kualitas jasa tersebut tergantung pada penilaian mahasiswa sebagai pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka. Setiap pelanggan memiliki pandangan yang berbeda dalam merepresentasikan kebutuhan dalam dunia pendidikan yang bermutu, oleh karenanya sebelum melaksanakan setiap program peningkatan mutu pendidikan, sangat penting untuk mengidentifikasi berbagai potensi pelanggan (mahasiswa) dalam mengatur pendidikan dan menentukan kebutuhan spesifik mereka untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

Aspek pelayanan yang prima akan berimplikasi pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri, kualitas merupakan inti kesinambungan eksistensi hidup suatu institusi (Widodo, 2015). Kualitas pelayanan jasa harus dikelola dengan baik oleh setiap penyelenggara jasa, agar kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan meningkat dan loyalitas mereka dapat dipertahankan. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam pemasaran (Istianto & Tyra, 2011 dalam Pratiwi & Seminari, 2015). Meskipun berbagai kendala pengembangan masih terjadi seperti halnya kurikulum, fasilitas, proses belajar mengajar dan kualitas pengajar. Pelayanan akademik yang tepat waktu, akurat dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dalam mendukung kelancaran aktivitas institusi pendidikan. Pelayanan yang berkualitas sesuai fungsinya dan waktu penyampaian pelayanan yang tepat merupakan salah satu faktor pendukung untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi penggunaan sumber daya dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini secara tidak langsung akan menjadi nilai tambah

dalam memberikan keuntungan kompetitif bagi institusi, maka diperlukan adanya komitmen manajemen fakultas dengan melakukan perbaikan mutu pelayanan secara berkesinambungan.

Banyak keuntungan yang akan diperoleh jika manajemen fakultas mengedepankan kualitas dan kompetensinya di bidang pendidikan, diantaranya dapat menciptakan kepuasan mahasiswa yang akan menghasilkan *customer* yang loyal dan menurunkan biaya untuk menarik mahasiswa baru. Upaya perbaikan dan penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah evaluasi terhadap kualitas pelayanan dan kepercayaan mahasiswa sebagai pelanggan. Pada institusi pendidikan dapat dilakukan dengan mengukur apakah terdapat perbedaan atau gap antara kualitas pelayanan dan kepercayaan yang diharapkan oleh mahasiswa dengan apa yang dipersepsikan selama ini atas kualitas pelayanan yang diterima, sehingga akan dapat diketahui pula tindakan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan tersebut. Evaluasi terhadap kualitas pelayanan sangat penting karena dapat membangun rasa percaya (*believe*) pelanggan dan lebih jauh akan memberi efek positif yang dapat menimbulkan kepercayaan (*trust*) seperti yang ditunjukkan lewat penelitian yang telah dilakukan oleh Wijayanti (2012) dan Winahyuningsih (2013) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan.

Kepercayaan akan tercipta bila mahasiswa menganggap bahwa kampus tempat mereka mengikuti pendidikan memang terbukti *reliable* dan *integrity*. Kepercayaan terhadap manajemen fakultas ini dapat menimbulkan perilaku positif mahasiswa karena mereka merasa menemukan apa yang diinginkan dari institusi pendidikan tersebut sehingga menimbulkan kepuasan, sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) dan Chang, Chen & Lan (2013) yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan, dalam hal ini adalah kepuasan mahasiswa. Kepercayaan dapat dinilai dari *benevolence*, *honesty* dan *competence* pihak lain untuk menunjukkan hal terbaik dalam suatu hubungan (Walter, Mueller & Helfert, 2000). Dalam konteks penelitian ini, *benevolence* dapat diartikan adanya persepsi mahasiswa bahwa mereka tidak akan dirugikan dengan mengikuti pendidikan di Fakultas Ekonomi Uniska, *honesty* dapat diartikan kejujuran dari manajemen fakultas antara janji yang disampaikan saat promosi dengan kenyataan sekarang yang dirasakan oleh mahasiswa dan *competence* dapat diartikan sebagai kompetensi Fakultas Ekonomi dalam bidang yang ditawarkan sehingga Fakultas Ekonomi merupakan tempat yang tepat untuk mempersiapkan calon tenaga kerja agar memiliki *skill* bagi masyarakat.

Mengingat Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan memiliki peluang pasar yang cukup besar maka potensi ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen fakultas Ekonomi untuk jeli melihat peluang dengan terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kepercayaan mahasiswa terhadap fakultas ini karena berdasarkan pengamatan peneliti selama ini, terdapat keluhan mahasiswa tentang kapasitas ruang kuliah yang dinilai terlalu kecil sehingga tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa yang cukup besar dan fasilitas pada ruang kuliah yang kadang dikeluhkan. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti melakukan riset terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dengan kepercayaan sebagai variabel intervening pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin.

Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa?

3. Apakah terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan?

Tujuan Penelitian

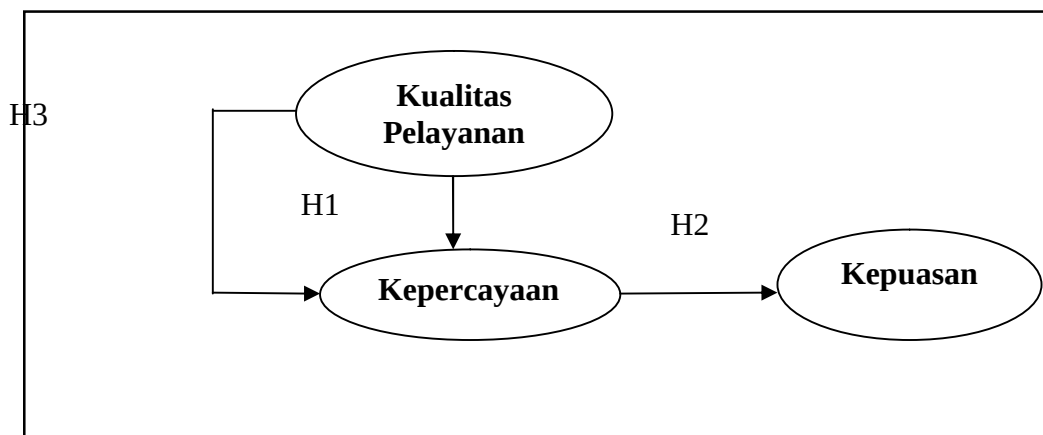
Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan mahasiswa
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan.

METODE PENELITIAN

Model Penelitian

Berdasarkan hasil kajian pustaka dan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan yang telah dilakukan oleh Wijayanti (2012), Shpetim (2012), Chang, Chen & Lan (2013) dan Winahyuningsih (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan dan penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) dan Chang, Chen & Lan (2013) bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan serta berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) bahwa kepercayaan dapat berperan sebagai variabel intervening untuk menganalisis pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan melalui kepercayaan, maka dikembangkan model dasar sebagai kerangka konseptual, seperti tergambar berikut ini:



Gambar
Kerangka Dasar Penelitian

Jenis Penelitian

Ditinjau dari tujuannya, penelitian ini dikategorikan ke dalam *explanatory research*. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden individu. Dilihat dari hubungan antar variabelnya, penelitian ini merupakan penelitian kausal atau sebab akibat.

Tempat Penelitian dan Unit Analisis

Tempat dilakukan penelitian ini adalah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kalimantan Banjarmasin. Unit analisis dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uniska Tahun Angkatan 2016.

Populasi dan Sampel

Mengingat jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Tahun Angkatan 2016 yang terlalu besar yaitu berjumlah 1127 orang, maka populasi penelitian diambil dari mahasiswa Fakultas

Ekonomi Uniska Banjarmasin Tahun Angkatan 2016 kelas regular pagi dan malam, yang berjumlah 437 mahasiswa. Mereka adalah mahasiswa yang telah melewati masa pendidikan selama 2 tahun sehingga telah mampu memberikan penilaian terhadap Fakultas Ekonomi. Teknik pengambilan sampel yang sesuai adalah dengan *purposive sampling*. Berdasarkan teknik *Maximum Likelihood Estimation* bahwa jumlah 100-200 sampel dipandang sudah memadai maka dipilih 150 orang mahasiswa sebagai sampel.

Pengukuran

Faktor yang diukur dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan mahasiswa, menggunakan pertanyaan dalam bentuk kuesioner dan dibuat dalam bentuk pertanyaan dengan menggunakan skala Likert 1-4 yang diberi skor atau nilai sebagai berikut : Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner. Sumber data terdiri dari data primer berupa hasil kuesioner. Data sekunder berupa data-data yang dimiliki oleh Fakultas Ekonomi dan hasil publikasi lain yang relevan dengan penelitian yang dilakukan.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan dua cara, yaitu secara kuantitatif dan kualitatif. Hasil analisis kuantitatif akan diinterpretasikan secara kualitatif dengan menghubungkannya dengan teori yang terkait dan bagaimana implikasinya terhadap objek penelitian. Untuk mengujinya, menggunakan teknik analisis *Structural Equation Model*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Konvergen

Bila setiap indikator memiliki $C.R > 2SE$, hal ini menunjukkan bahwa indikator itu secara valid mengukur apa yang sebenarnya diukur dari model yang disajikan. Hasil uji validitas konvergen dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua indikator valid karena nilai $C.R > 2S.E$.

Uji Reliabilitas

Nilai batas yang digunakan untuk menilai tingkat reliabilitas yang dapat diterima adalah $\geq 0,70$. Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini untuk indikator dari semua variabel bisa dikatakan baik karena semuanya memiliki nilai $\geq 0,70$.

Variance Extracted

Variance extracted memperlihatkan jumlah varians indikator yang diekstraksi oleh variabel bentukan yang dikembangkan, dimana nilai *variance extracted* dengan *cutoff* minimal 0,50 menunjukkan bahwa indikator-indikator telah mewakili secara baik variabel bentukan yang dikembangkan karena telah memenuhi persyaratan yaitu $> 0,50$ artinya bahwa setiap indikator mewakili secara baik variabel bentukan yang dikembangkan.

Evaluasi Kriteria Goodness of Fit

Hasil uji *Goodness of fit* menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel

Hasil Uji Goodness of Fit Indices

Goodness of Fit Indices	Hasil Uji Kesesuaian Model	Cut – Off Value	Keterangan
-------------------------	----------------------------	-----------------	------------

X ² Chi Square	242,352 (*)	Kecil (*)	Baik
Probabilitas	0,053	≥ 0,05	Baik
CMIN/DF	1,129	≤ 2,00	Baik
RMSEA	0,064	≤ 0,08	Baik
GFI	0,962	≥ 0,90	Baik
AGFI	0,972	≥ 0,90	Baik
TLI	0,982	≥ 0,95	Baik
CFI	0,971	≥ 0,95	Baik

* X² Chi Square pada df = 223 dan α = 0,05 adalah sebesar 258,837

Sumber : Data penelitian, diolah oleh peneliti (2018)

Dari tabel di atas terlihat bahwa kriteria *goodness of fit* telah menunjukkan hasil yang baik, artinya model telah fit sehingga tidak perlu dilakukan modifikasi model yang ditandai dengan nilai Probabilitas yang nilainya >0,05 dan *Chi Square* yang signifikan yaitu bernilai 242,352 (lebih kecil dari nilai *chi square* pada df 223 dan α = 0,05 yaitu sebesar 258,837).

Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk dapat mengetahui hasil uji hipotesis maka perlu diperhatikan terlebih dahulu output *Regression Weight* dan *Standardized Regression Weight* berikut ini:

Tabel
Output Regression Weight

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Trust	<---	Service Quality	,470	,111	4,243	***
Satisfaction	<---	Trust	1,466	,298	4,927	***
Responsive	<---	Service Quality	1,000			
Tangible	<---	Service Quality	,496	,122	4,065	***
Reliability	<---	Service Quality	,781	,132	5,921	***
Assurance	<---	Service Quality	,907	,171	5,308	***
Emphaty	<---	Service Quality	,526	,150	3,500	***
X11	<---	Tangibles	1,000			
X12	<---	Tangibles	1,047	,208	5,024	***
X13	<---	Tangibles	1,139	,253	4,500	***
X14	<---	Tangibles	,778	,215	3,624	***
X15	<---	Tangibles	,630	,196	3,221	,001
X21	<---	Reliability	1,000			
X22	<---	Reliability	1,449	,225	6,431	***
X23	<---	Reliability	1,003	,185	5,413	***
X31	<---	Responsive	1,000			
X32	<---	Responsive	,686	,137	5,010	***
X33	<---	Responsive	,368	,134	2,737	,006
X41	<---	Assurance	1,000			
X42	<---	Assurance	,942	,126	7,485	***
X43	<---	Assurance	,638	,117	5,477	***
X51	<---	Emphaty	1,000			
X52	<---	Emphaty	1,208	,314	3,843	***
X53	<---	Emphaty	1,576	,401	3,933	***
X61	<---	Trust	1,000			
X62	<---	Trust	1,188	,249	4,770	***
X63	<---	Trust	,861	,175	4,915	***
Y1	<---	Satisfaction	1,000			

			Estimate	S.E.	C.R.	P
Y2	<---	Satisfaction	,885	,142	6,226	***
Y3	<---	Satisfaction	,420	,101	4,183	***

Sumber : Data penelitian, diolah oleh peneliti (2018)

Tabel
Output Standardized Regression Weight

			Estimate
Trust	<---	Service Quality	,651
Satisfaction	<---	Trust	,818
Respon	<---	Service Quality	1,037
Tangible	<---	Service Quality	,548
Reliability	<---	Service Quality	,974
Assurance	<---	Service Quality	,701
Emphaty	<---	Service Quality	,769
X11	<---	Tangibles	,569
X12	<---	Tangibles	,598
X13	<---	Tangibles	,626
X14	<---	Tangibles	,419
X15	<---	Tangibles	,374
X21	<---	Reliability	,611
X22	<---	Reliability	,712
X23	<---	Reliability	,574
X31	<---	Responsive	,647
X32	<---	Responsive	,466
X33	<---	Responsive	,248
X41	<---	Assurance	,726
X42	<---	Assurance	,772
X43	<---	Assurance	,572
X51	<---	Emphaty	,483
X52	<---	Emphaty	,594
X53	<---	Emphaty	,732
X61	<---	Trust	,548
X62	<---	Trust	,638
X63	<---	Trust	,590
Y1	<---	Satisfaction	,734
Y2	<---	Satisfaction	,621
Y3	<---	Satisfaction	,495

Sumber : Data penelitian, diolah oleh peneliti (2018)

Berdasarkan *output* tersebut di atas dan berdasarkan ketentuan bahwa adanya pengaruh positif ditandai dengan nilai *Critical Ratio* yang positif dan $CR > 2$ dan pengaruhnya bisa dikatakan signifikan apabila nilai $P < 0,05$, maka dapat dijawab hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.
Hipotesis ini diterima, karena nilai $CR = 4,243$ ($CR > 2$) dan P yang bertanda *** yang artinya sangat signifikan.
- H2: Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.
Hipotesis ini diterima, karena nilai $CR = 4,927$ ($CR > 2$) dan P yang bertanda *** yang artinya sangat signifikan

Hasil uji hipotesis 3 bisa didapatkan dengan memperhatikan output *Standardized Indirect Effect* berikut :

Tabel
Standardized Indirect Effect

	SQ	Trust	Satisfaction	Emphaty	Assurance	Responsive	Reliability	Tangible
Trust	,000	<u>,000</u>	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Satisfaction	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Emphaty	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Assurance	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Respon	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Reliability	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Tangible	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000

Sumber : Data penelitian, diolah oleh peneliti (2018)

Dari tabel menunjukkan tidak terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan karena *standardized indirect effect* menunjukkan angka 0 (nol), maka kepercayaan tidak berperan sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

H3 :Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan.

Hipotesis ini ditolak karena *standardized indirect effect* menunjukkan angka 0 (nol), maka kepercayaan tidak berperan sebagai variabel intervening antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan.

Implikasi Teoritis Hasil Penelitian

Penelitian ini berhasil membuktikan beberapa hipotesis yang diajukan sehingga dapat memperkuat hasil penelitian sebelumnya. Untuk lebih jelasnya mengenai kontribusi atau implikasi teoritis penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel
Implikasi/Kontribusi Teoritis

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian	Kontribusi/Implikasi Teoritis
1.	H1: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa.	Diterima	Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wijayanti (2012), Shpetim (2012) Chang, Chen & Lan (2013) dan Winahyuningsih (2013) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan.
2.	H2 : Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.	Diterima	Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) dan Chang, Chen & Lan (2013) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan
3.	H3 : Terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan	Ditolak	Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Yasmaniar (2008) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan melalui

			kepercayaan.
--	--	--	--------------

Indikator yang Paling Dominan Mewakili Konstruk Penelitian

Sebelum dianalisis implikasi manajerial hasil penelitian ini, maka perlu diketahui indikator dengan nilai *Loading factor* terbesar dari seluruh indikator dimana indikator tersebut dianggap sebagai indikator yang paling mewakili konstruk penelitian karena paling dominan dibandingkan dengan indikator yang lain. Berdasarkan *Output Regression Weight* dan *Standardized Regression Weight* maka dapat dilihat indikator yang paling dominan mewakili konstruk penelitian.

Tabel
Indikator Yang Paling Dominan Mewakili Konstruk Penelitian

Dimensi	Indikator Yang Mewakili Konstruk Penelitian		Loading Factor
	Notasi	Indikator	
Tangible	X13	Memiliki gedung kuliah yang memadai untuk mahasiswa	0,626
Reliability	X22	Memiliki staf yang mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada mahasiswa	0,712
Responsiveness	X31	Merespon dengan sigap segala keperluan mahasiswa	0,647
Assurance	X41	Staf memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa	0,726
Emphaty	X53	Memiliki dosen yang mampu menjadi panutan bagi mahasiswa	0,732
Kepercayaan	X62	Jujur antara janji saat promosi dengan kenyataan sekarang	0,638
Kepuasan	Y1	Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan mahasiswa	0,734

Implikasi Manajerial Hasil Penelitian

Berdasarkan nilai *loading factor* tertinggi dari indikator yang mewakili konstruk penelitian di atas dapat disusun implikasi manajerial dari hasil penelitian sebagai berikut :

1. Memiliki gedung kuliah yang memadai untuk mahasiswa dengan *Loading Factor* 0,626

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah:

Senantiasa memperhatikan bangunan fisik kampus khususnya ruang kuliah dan ruang perpustakaan, memiliki gedung kampus yang cukup luas sehingga luas ruang kuliah sebanding dengan jumlah mahasiswa, memiliki gedung yang bersih dengan fasilitas yang tertata rapi yang dilengkapi dengan pendingin ruangan yang cukup, menjamin tidak ada ruang kuliah yang rusak yang menimbulkan ketidaknyamanan dalam proses pendidikan, toilet yang bersih, gedung memiliki tempat parkir yang luas, aman dan bersih.

2. Memiliki staf yang mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada mahasiswa dengan *Loading Factor* 0,712

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah :

Mahasiswa yang berurusan administrasi hendaknya dilayani dengan cepat, seperti pengurusan ijazah, transkrip akademik, dan keperluan administrasi yang lain. Termasuk tepat waktu dalam mengeluarkan jadwal perkuliahan dan mengentry nilai akhir mata kuliah.

3. Merespon dengan sigap segala keperluan mahasiswa dengan *Loading Factor* 0,647

Implikasi Manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah :

Secepatnya merespon saran ataupun keluhan yang diberikan oleh mahasiswa. Menyediakan kotak saran/keluhan yang diletakan di tempat-tempat yang mudah terlihat ataupun layanan *customer care* lewat telepon/sms atau media lainnya sehingga memberikan kemudahan kepada mahasiswa yang ingin memberikan saran ataupun mengungkapkan keluhannya secara tertulis.

4. Staf memiliki kemampuan yang mendukung dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa dengan *Loading Fator* 0,726

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah : Memberikan pendidikan dan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan staf agar memiliki keterampilan teknis dan segala keterampilan yang berkaitan dengan bidang pekerjaannya, mengetahui informasi yang dibutuhkan oleh mahasiswa, staf mampu menjadi *problem solver* bagi mahasiswa, komunikatif, *multi tasking*, professional dan mampu bekerjasama sebagai tim dalam memberikan pelayanan yang maksimal kepada mahasiswa

5. Dosen mampu menjadi panutan dengan *Loading factor* 0,732

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah :

Dosen memiliki dedikasi dalam bekerja, memberikan pelayanan dan bimbingan, bantuan, saran dan kritik yang membangun mahasiswa, melayani dengan baik di dalam dan luar kelas, disiplin, bertutur kata sopan dan tidak menyinggung ataupun menghakimi terhadap mahasiswa, bertindak tenang dan mampu mengontrol emosi dalam menghadapimahasiswa yang bersikap negatif, menghargai ide dan umpan balik mahasiswa serta selalu menjaga untuk berpenampilan sopan dan rapi.

6. Jujur antara janji saat promosi dengan kenyataan sekarang dengan *Loading Factor* 0,638

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah :

Memastikan dengan cara meminta umpan balik dari mahasiswa apakah segala macam janji yang telah diberikan kepada mereka, terutama janji saat penerimaan mahasiswa barutelah dilaksanakan dengan baik.

7. Pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan mahasiswa dengan *Loading Factor* 0,734

Implikasi manajerial bagi pihak manajemen Fakultas Ekonomi adalah :Memperhatikan dan selalu mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa khususnya untuk indikator dari masing-masing dimensi kualitas pelayanan yang memiliki *loading factory* yang tertinggi.

KESIMPULAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui kepercayaan pada Fakultas Ekonomi Uniska Banjarmasin.

SARAN

1. Fakultas Ekonomi Uniska hendaknya terus memperhatikan dan meningkatkan semua indikator yang nilai indeksnya masih tergolong dalam kriteria nilai sedang, seperti X13 sebagai indikator gedung kuliah. X22 sebagai indikator kemampuan staf dalam memberikan pelayanan yang cepat kepada mahasiswa, X31 sebagai indikator kemampuan staf dalam merespon dengan sigap segala keperluan mahasiswa, X43

sebagai indikator tingkat loyalitas staf, X51 sebagai indikator kemampuan fakultas dalam memberikan pelayanan yang tulus terhadap mahasiswa dan X62 sebagai indikator kesesuaian janji saat promosi dengan kenyataan yang ada dirasakan sekarang.

2. Hendaknya dilakukan penelitian dengan objek penelitian yang lebih luas dari beberapa fakultas yang ada di Uniska Banjarmasin, dengan jumlah responden yang lebih besar sehingga hasil penelitian lebih mewakili penilaian mahasiswa terhadap Universitas Islam Kalimantan.

DAFTARPUSTAKA

- Akbar, MM & Parvez N 2009, *Impact of service quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty*, *ABAC Journal*, vol.29, No.1.
- Aryani, D & Rosinta, F 2010, Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, *jurnal Ilmu Administrasi dan organisasi* vol.17, no 2.
- Bahadori, M et.al. 2011, *Assessing quality of educational service by servqual model*, vol.6, no.6.
- Handayani, Dwi 2007, Pengaruh kualitas pelayanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan Hotel Patria Plaza Blitar.
- Kotler, Philip 2000, *Manajemen Pemasaran Edisi Kesepuluh*, PT. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip & Keller, K 2009, *Manajemen Pemasaran, Edisi Tiga Belas Jilid Dua*. Penerbit Erlangga, Jakarta..
- Ong, Wee Ming & Nankervis, 2012 *Service Quality in higher education :Student perception in Australia and Malaysia. Review of integrative business and economics research*, Vol. 1, no.
- Setiawati, R & Putri, A 2012, *The impact of perceived value on customer satisfaction, loyalty, recommendation and repurchase*, *International conference on trade, tourism & managing*, Bangkok.
- Shptim, C 2012, *Exploring the relation among service quality, satisfaction, trust and store loyalty among retail customers*, *journal of competitiveness*, Vol. 4.
- Stodnick & Rogers, 2008 *Using servqual to measure the quality of class room experience*, *journal of Inovative Education* vol 6, No.1
- Walter, A, Mueller & Helfert, G 2000, *The impact of satisfaction, trust and relation value on commitment*.
- Wijayanti 2012, Pengaruh relationship marketing terhadap kepuasan pelanggan pada Asuransi Jiwa Bersama BUD'Il Putera 1912, Universitas Muhammadiyah, Purwokerto.
- Winahyuningsih 2013. Pengaruh kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Hotel Graphita Kudus.
- Yasmaniar, VH 2008, Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dibutir modal kerja dengan kepercayaan sebagai intervening variabel pada PT. BCA Kancab. Solo Tbk.
- Zulganef & Murni, A 2008, Hubungan kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap lembaga pendidikan tinggi dengan keinginan untuk membujuk calon mahasiswa melanjutkan studi ke PT, *Jurnal manajemen teori dan terapan*, No.2.