

Pengaruh Kualitas Layanan Pendidikan terhadap Kepuasan, Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan

Erick Karunia

Fakultas Ekonomi, Univeritas Borneo Tarakan
erickkarunia3@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap loyalitas siswa dengan kepuasan sebagai variabel *intervening* pada Fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan menggunakan skala likert. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 936 orang mahasiswa dengan karakteristik yaitu mahasiswa aktif Universitas Borneo Tarakan yang telah menempuh studi dengan masa studi minimal menjadi mahasiswa lebih dari 2 semester atau 1 tahun masa perkuliahan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang mahasiswa dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah *Structural Equation Model* (SEM). Berdasarkan hasil estimasi *bootstrap* dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji signifikansi jalur diperoleh pada gambar 5 dengan nilai koefisien parameter untuk model struktural (*inner model*) yaitu pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai t-statistik sebesar $0,847 > 0,5$ Sedangkan kualitas layanan pendidikan terhadap loyalitas mahasiswa dengan nilai t-statistik sebesar $0,394 > 0,05$ berikutnya adalah kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa sebesar $0,437 > 0,05$ ini artinya mendukung hasil dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anton Tantowi (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kualitas layanan terhadap loyalitas berpengaruh akan tetapi tidak signifikan begitu juga kepuasan memiliki pengaruh akan tetapi tidak signifikan. Untuk penelitian selanjutnya disarankan mengevaluasi pelayanan sistem pembelajaran Online (daring) dalam mencapai kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

Kata Kunci : Kualitas layaan, kepuasan, loyalitas

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of quality of education services on the loyalty of students with satisfaction as a variable of intervention at the Faculty of Economics of Borneo University Tarakan. The method of collecting data used in this research is to use a questionnaire and use a Likert scale. The population in this study is 936 students with the characteristics of active students of the University of Borneo Tarakan who have studied with a minimum study period of students over 2 semesters or 1 year in the course. The samples in this study amounted to 100 students using sampling techniques purposive sampling. The analysis tool used to test the hypothesis is the Structural Equation Model (SEM). The results of research using path analysis shows that the quality of education services is positive and significant to the student loyalty, satisfaction also has significant effect on student loyalty. In this research, satisfaction also has been involved between the influence of quality of loyalty education service. Based on Bootstrap estimated results by using a sample amount of 100 respondents. Test significance path obtained in Figure 5 with parameter coefficient value for structural model (inner model) that is the influence of quality of education service to the satisfaction of students with T-statistical value of $0.847 > 0.5$ while the quality Education services to student loyalty with a T-Statistic value of $0.394 > 0.05$ the next is the student satisfaction of the student loyalty of $0.437 > 0.05$ that means supporting the results of previous research conducted by Anton Tantowi (2016) stating that the quality of service has significant effect on the satisfaction, the quality of service to influential loyalty but not significant as well as satisfaction has an influence but not significant. Further

research is advised to evaluate the service of Online Learning System (online) in achieving the satisfaction and loyalty of students.

Keywords: Quality of service, satisfaction, loyalty

Naskah diterima: 10-02-2020, direvisi: 27-03-2020, diterbitkan: 01-04-2020

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan faktor penting untuk kemajuan bangsa. Sesuai dengan nawacita presiden pendidikan merupakan prioritas utama dalam agenda pembangunan nasional untuk mencapai kemajuan di bidang sosial, ekonomi, politik, dan budaya. Lembaga pendidikan merupakan tempat pembelajaran untuk menciptakan sumber daya manusia yang berkualitas, handal dan berintegritas sehingga bisa dipersiapkan sebagai tonggak bagi pembangunan dimasa depan.

Sektor pendidikan mengalami persaingan yang ketat dalam memperebutkan “pasar” untuk menarik calon mahasiswanya. Persaingan itu terjadi bukan hanya di kalangan Perguruan Tinggi Negeri maupun Perguruan Tinggi Swasta (Prasojo, 2009). Persainganpun terjadi diantara fakultas didalam perguruan tinggi itu sendiri. Calon Mahasiswa memiliki kebebasan memilih nama perguruan tinggi karena mereka memilih perguruan tinggi yang mampu memenuhi atau memuaskan harapannya. Para mahasiswa yang puas sudah tentu menjadi loyal terhadap fakultas yang bersangkutan (Subagiyo & Adlan, 2017), selanjutnya mahasiswa tersebut akan merekomendasikan kepada para orang lain yakni calon mahasiswa agar mau dan bersedia untuk memilih fakultas tersebut. Objek yang dipilih oleh peneliti disini merupakan fakultas ekonomi universitas borneo tarakan, fakultas ekonomi berada pada wilayah perbatasan antara Indonesia-Malaysia tepatnya di jalan Amal lama No.1 kota Tarakan kalimantan utara. Wilayah perbatasan saat ini juga merupakan sasaran utama dan menjadi pusat perhatian pemerintah saat ini dalam melaksanakan pembangunan baik dari segi infrastruktur maupun pendidikan demi ditegakkannya Pancasila yaitu keadilan sosial bagi seluruh rakyat indonesia. Fakultas ekonomi universitas borneo tarakan sudah menawarkan bentuk layanan pendidikan

dalam rangka memenuhi kepuasan mahasiswa agar mahasiswa tersebut loyal terhadap fakultasnya, Fakultas ekonomi pada saat ini memiliki jumlah mahasiswa yang cukup banyak yakni berjumlah 936 mahasiswa yang aktif, FE juga memiliki dua program studi yakni manajemen dan ekonomi pembangunan. Berikut adalah data jumlah mahasiswa yang diterima kuliah difakultas ekonomi universitas borneo tarakan.

Tabel 1 Jumlah Mahasiswa Prodi Manajemen

| No | Tahun | Semester | |
|----|-------|----------|-------|
| | | Ganjil | Genap |
| 1 | 2019 | 561 | 516 |
| 2 | 2018 | 536 | 489 |
| 3 | 2017 | 495 | 461 |
| 4 | 2016 | 458 | 423 |
| 5 | 2015 | 475 | 449 |

Sumber data Akademik 2020

Tabel 2 Jumlah Mahasiswa Prodi Ekonomi pembangunan

| No | Tahun | Semester | |
|----|-------|----------|-------|
| | | Ganjil | Genap |
| 1 | 2019 | 470 | 420 |
| 2 | 2018 | 436 | 369 |
| 3 | 2017 | 367 | 352 |
| 4 | 2016 | 343 | 317 |
| 5 | 2015 | 377 | 355 |

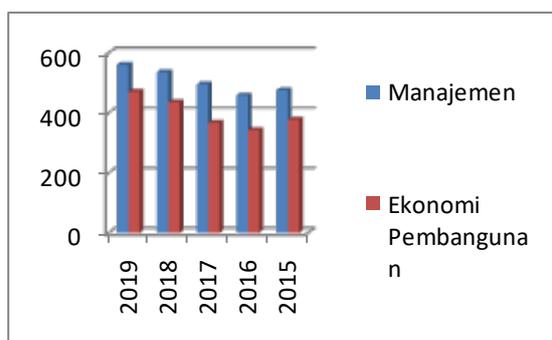
Sumber data Akademik 2020.

Tabel 3 Jumlah Mahasiswa resign pada fakultas ekonomi

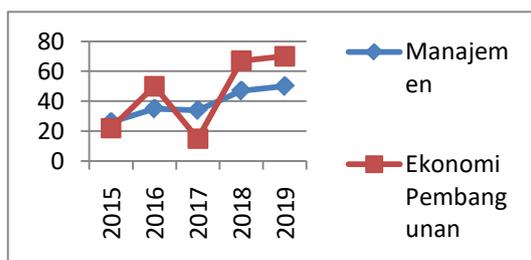
| No | Tahun | Program Studi | |
|----|-------|---------------|---------------------|
| | | Manajemen | Ekonomi Pembangunan |
| 1 | 2019 | 50 Siswa | 50 Siswa |

| | | | |
|---|------|----------|----------|
| 2 | 2018 | 47 Siswa | 67 Siswa |
| 3 | 2017 | 34 Siswa | 15 Siswa |
| 4 | 2016 | 35 Siswa | 50 Siswa |
| 5 | 2015 | 26 Siswa | 22 Siswa |

Sumber data Akademik, diolah 2020.



Gambar 1 Grafik Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi



Gambar 2 Grafik Jumlah Mahasiswa Resign/Non aktif Fakultas Ekonomi

Jika dilihat dari tabel data diatas terlihat jelas sebuah permasalahan yang terjadi pada fakultas ekonomi universitas borneo tarakan bahwa di tiap-tiap program studi baik manajemen maupun ekonomi pembangunan terjadi penurunan jumlah mahasiswa yang cukup signifikan, penurunan tersebut dialami fakultas ekonomi ketika mahasiswa memasuki semester genap yang mana mahasiswa sudah tentu pernah merasakan bagaimana proses layanan pendidikan difakultas tersebut. Berdasarkan fenomena yang terjadi pada fakultas ekonomi peneliti tertarik untuk melakukan Penelitian menyangkut kualitas layanan

pendidikan yang ada di fakultas ekonomi universitas borneo tarakan.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas layanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut (Zeithaml, 1988). Kualitas layanan dapat diartikan sebagai persepsi pengguna layanan mengenai baik buruknya suatu layanan. Kualitas layanan merupakan persepsi pengguna layanan mengenai layanan yang diberikan oleh seorang individu. Definisi lain mengenai kualitas pelayanan diberikan oleh Lewis dan booms(1983) dalam (Tjiptono dan Chandara, 2005) yang mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kunci utama memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing (Dimiyati, 2004: 58). Setiap fakultas harus memiliki strategi pemasaran yang baik, paling tepat dan sesuai agar tetap bisa eksis dan terus berkembang dalam dunia pendidikan.

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian (Rangkuti, 2013) Prinsipnya terdapat 3 kunci dalam memberikan kepuasan pelanggan (Tjiptono & Chandra, 2004), yaitu kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan termasuk memahami tipe-tipe pelanggan, mengembangkan basis data yang akurat tentang pelanggan termasuk kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan, pemanfaatan informasi yang didapat dari riset pasar dalam kerangka pemasaran strategik.

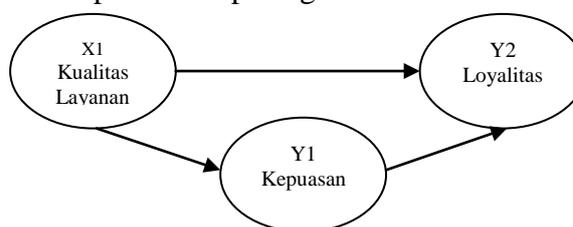
Tony Wijaya (2011:4) berpendapat bahwa: “kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen. Untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh konsumen

maka dilakukan penelitian konsumen. Hal itu dilakukan agar tidak terjadi perbedaan persepsi mengenai apa yang diberikan perusahaan kepada konsumen dengan apa yang sebenarnya diinginkan dan dibutuhkan konsumen". (Fauziah, Munir, & Sinambela, 2011) berpendapat bahwa: "secara teoritis tujuan pelayanan publik pada dasarnya adalah memuaskan masyarakat. Untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari: Transparansi; Akuntabilitas; Kondisional; Partisipatif; Kesamaan hak; Keseimbangan hak dan kewajiban. Jika dihubungkan dengan administrasi publik, pelayanan adalah kualitas pelayanan birokrat terhadap masyarakat".

Oliver (1997) menyatakan bahwa loyalitas sebagai suatu komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa mendatang meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Anderson *et al.* (1994) menyatakan bahwa apabila pelanggan puas terhadap barang atau jasa kualitas layanan yang diberikan, maka akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga minat beli pelanggan meningkat dan membuat pelanggan loyal terhadap produk perusahaan. Konsep dari loyalitas, kepuasan dan kualitas layanan saling berhubungan satu dengan yang lain. Secara teoritis, dalam prosesnya dapat memberikan acuan, dimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas baik secara langsung maupun mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung melalui kepuasan pelanggan (Aryani & Rosinta, 2010) Ciri-ciri konsumen yang loyal sebagai berikut (Kotler, 2000) memiliki komitmen, berani melakukan pembayaran lebih pada merek tersebut bila dibandingkan dengan merek lain, merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain, tidak melakukan pertimbangan ketika melakukan pembelian kembali produk tersebut, mengikuti informasi dan perkembangan berkaitan dengan merek tersebut dan konsumen menjadi juru bicara dari merek tersebut dan selalu mengembangkan hubungan dengan

merek tersebut. Persaingan sektor pendidikan dalam menarik minat calon mahasiswa merupakan pembahasan yang menarik di dunia industri jasa pendidikan. Dengan kondisi seperti itu, universitas dituntut menciptakan citra baik serta memberikan layanan yang baik sehingga membuat mahasiswa merasa puas dan menjadi loyal.

Heryana (2015) Formulasi atau simplikasi dari kerangka teori atau teori-teori yang mendukung dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3
KERANGKA KONSEP

Hipotesis :

Sedangkan hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan berdasarkan tujuan dari penelitian ini.

H1 Adanya pengaruh kualitas layanan pendidikan yang signifikan terhadap kepuasan

H2 Adanya pengaruh kualitas layanan Pendidikan yang signifikan terhadap loyalitas

H3 Adanya pengaruh kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* yaitu penelitian penjelasan dengan pendekatan kuantitatif (Singarimbun, 2006) Lokasi yang ditentukan dalam penelitian ini merupakan fakultas ekonomi Universitas Borneo Tarakan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 936 orang responden, yaitu mahasiswa aktif yang sudah menempuh perkuliahan minimal selama 2 semester atau 1 tahun perkuliahan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Sedangkan Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan

analisis jalur (*path analysis*) metode pengumpulan data yang digunakan yaitu angket atau kuesioner.

Variabel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi dua variabel yaitu eksogen dan endogen. Variabel eksogen yaitu Kualitas layanan (X1). Variable endogen yaitu kepuasan (Y1), Loyalitas Mahasiswa (Y2).

PEMBAHASAN

Uji Validitas

Kesahihan suatu data apabila faktor loading dari *indicator variable* memiliki nilai diatas 0,50 maka dapat dikatakan bahwa item pertanyaan sebagai penyusun *unobserved variable* dalam *path analysis* adalah valid (Imam Ghozali, 2013) Hasil uji validitas secara ringkas dapat dilihat pada 4 :

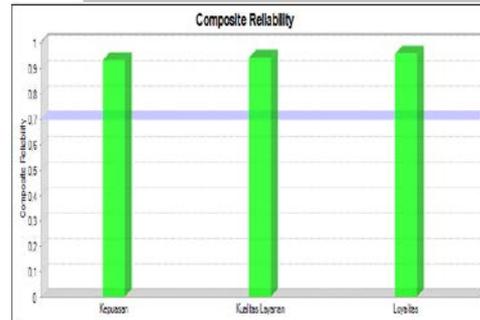
Tabel 4: Hasil Uji Validitas

| Konstruk | Indi Kator | Sampel Mean | T Statistic | P Value | Ket |
|------------------|------------|-------------|-------------|---------|-------|
| Kualitas Layanan | X1.1 | 0,673 | 9,854 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.2 | 0,870 | 34,889 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.3 | 0,577 | 6,090 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.4 | 0,802 | 18,626 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.5 | 0,833 | 25,066 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.6 | 0,839 | 20,030 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.7 | 0,844 | 25,611 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.8 | 0,815 | 21,473 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.9 | 0,748 | 14,010 | 0,000 | Valid |
| Kualitas Layanan | X1.10 | 0,794 | 18,394 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan | Y1.1 | 0,919 | 61,699 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan | Y1.2 | 0,783 | 16,692 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan | Y1.3 | 0,911 | 46,324 | 0,000 | Valid |
| Kepuasan | Y1.4 | 0,901 | 37,454 | 0,000 | Valid |
| Loyalitas | Y2.1 | 0,937 | 68,788 | 0,000 | Valid |
| Loyalitas | Y2.2 | 0,930 | 49,436 | 0,000 | Valid |
| Loyalitas | Y2.3 | 0,945 | 59,455 | 0,000 | Valid |

Sumber Data diolah, 2020

Uji Reabilitas

Hasil uji reliabilitas setiap variabel laten seperti yang disajikan pada Tabel 4 menunjukkan bahwa besarnya nilai *construct reliability* lebih besar 0,7 (I Ghozali, 2015). Dengan demikian seluruh indikator variabel laten yang diteliti adalah reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini.



Gambar 4: Hasil Uji Reliabilitas

Uji Kelayakan Model

Pengujian model pada regresi yaitu bertujuan untuk melihat kesesuaian model. terdapat dua kriteria yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu model terpenuhi, dan semua kriteria terpenuhi. Dengan demikian dapat dikatakan model dapat diterima yang berarti ada kesesuaian model dengan data. Hasi uji model dari *output* PLS ditunjukkan pada Tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 5: Indeks Kesesuaian SEM

| Konstruk | R Square |
|---------------------|----------|
| Kepuasan Mahasiswa | 0,714 |
| Loyalitas Mahasiswa | 0,630 |

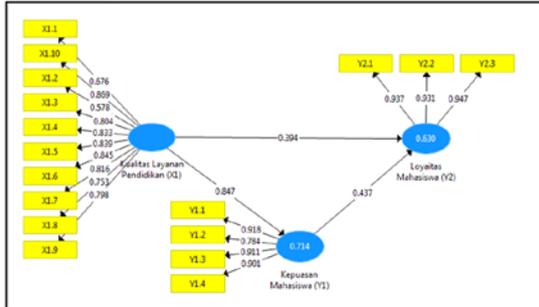
Sumber: Data diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa dari dua kriteria yang digunakan untuk menilai layak atau tidaknya suatu model, secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa kesesuaian model baik dan dapat diterima yang berarti ada kesesuaian antara model dengan data.

Uji Signifikansi Jalur

Berdasarkan hasil estimasi *bootstrap* dengan menggunakan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Uji signifikansi jalur diperoleh pada gambar 5 dengan nilai koefisien parameter untuk model struktural (*inner model*) yaitu pengaruh kualitas layanan pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai t-statistik sebesar 0,847 > 0,5 Sedangkan kualitas layanan pendidikan terhadap loyalitas mahasiswa dengan nilai t-statistik sebesar 0,394 > 0,05 berikutnya adalah kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa sebesar 0,437 > 0,05. Dari hasil ini dapat kita simpulkan bahwa Kualitas layanan berpengaruh dan

signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kualitas layanan terhadap loyalitas berpengaruh akan tetapi tidak signifikan begitu juga kepuasan memiliki pengaruh akan tetapi tidak signifikan.



Gambar 5 Model Signifikansi

Setelah dilakukannya pengujian tingkat kesesuaian model pada penelitian, maka langkah selanjutnya adalah menguji kausalitas hipotesis yang dikembangkan dalam sebuah model penelitian tersebut. Dengan model yang sesuai, maka dapat diinterpretasikan masing-masing dari koefisien jalur. Pengujian yang dilakukan dengan menggunakan koefisien jalur secara terperinci disajikan dalam Tabel 6 sebagai berikut:

Tabel 6 :Result of inner model

| | Original Sampel (O) | T Statistic (o/sterr) | P Value | Ket |
|-----------------------------|---------------------|-----------------------|---------|-----|
| Kualitas layanan →Kepuasan | 0,847 | 25,397 | 0,000 | Sig |
| Kualitas layanan →Loyalitas | 0,394 | 4,194 | 0,000 | Sig |
| Kepuasan →Loyalitas | 0,437 | 4,091 | 0,000 | Sig |

Sumber Data diolah 2020

Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pada tingkat kesalahan 0,05 ($\alpha = 5\%$). hasil dibuktikan dengan besarnya koefisien *path* sebesar 0,847 dengan probabilitas 0,000 ($0,000 < 0,05$) maka variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Kualitas layanan juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dibuktikan dengan besarnya koefisien *path* sebesar 0,394 dengan probabilitas 0,000 ($0,000 < 0,05$) untuk variabel kepuasan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas hasil ini juga dibuktikan dengan

besarnya koefisien *path* sebesar 0,0,437 dengan probabilitas 0,000 ($0,000 < 0,05$)

PENUTUP

Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa dengan adanya Kualitas Layanan yang diberikan dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Artinya, dengan adanya ketersediaan jumlah ruang kuliah yang cukup memadai dan nyaman, kemampuan dosen dalam menyampaikan materi cukup baik, ketanggapan karyawan dalam memberikan pelayanan dan membantu memecahkan permasalahan pada tiap-tiap mahasiswa dengan cukup cepat dan terarah, dosen juga memiliki kemampuan mengajar yang kompeten serta lulusan dari universitas terakreditasi didalam maupun luar negeri, serta bagian layanan dibagian akademik tidak membedakan mahasiswa (prioritas sama) dengan cukup baik telah memberikan kepuasan kepada mahasiswa fakultas ekonomi univeritas borneo tarakan.

Dalam penelitian ini untuk membuktikan bahwa kualitas layanan dikatakan baik maka akan diukur dari 5 dimensi dengan 10 butir pernyataan (Firatmadi, 2017), agar mampun meningkatkan loyalitas mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa kepuasan mahasiswa yang dipersepsikan baik dan memiliki kesan yang baik belum tentu bisa meningkatkan loyalitas mahasiswa. Artinya bahwa dengan pelayanan di fakultas ekonomi sudah memenuhi standar dan sesuai dengan harapan, sikap ramah dari jajaran civitas akademika termasuk pimpinan di lingkup fakultas (dekan, wakil dekan, kaprodi dan karyawan), kemudahan dan kecepatan dalam memperoleh informasi, kesesuaian manfaat dengan biaya, lulus dengan tepat waktu, proses pengajaran yang mudah diserap, serta rasa aman bagi mahasiswa bisa membuat mahasiswa menjadi loyal terhadap fakultas Ekonomi Universitas Borneo Tarakan.

REFERENSI

Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan

- Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi*.
- Fauziah, N., Munir, B. S., & Sinambela, E. (2011). Evaluation of 20 kV cable diagnostic method in field condition. *Proceedings of the 2011 International Conference on Electrical Engineering and Informatics, ICEEI 2011*. <https://doi.org/10.1109/ICEEI.2011.6021536>
- Firatmadi, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Journal of Business Studies*.
- Ghozali, I. (2015). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 16. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM Dan SPSS 16*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM dan SPSS 21. In *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program iIBM SPSS 21*. <https://doi.org/10.1126/science.1158668>
- Heryana, A. (2015). Kerangka Teori, Kerangka Konsep, Variabel Penelitian, Dan Hipotesis Penelitian (Dalam Penelitian Kuantitatif). *Metodologi Penelitian*.
- Kotler, P. (2000). Marketing Management , Millenium Edition. *Marketing Management*. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(90\)90145-T](https://doi.org/10.1016/0024-6301(90)90145-T)
- Oliver, C. (1997). Sustainable competitive advantage: Combining institutional and resource-based views. *Strategic Management Journal*. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199710\)18:9<697::AID-SMJ909>3.0.CO;2-C](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199710)18:9<697::AID-SMJ909>3.0.CO;2-C)
- Prasojo, L. (2009). SISTEM MANAJEMEN PERGURUAN TINGGI MODERN. *Majalah Dinamika Pendidikan*.
- Rangkuti, F. (2013). Customer Service Satisfaction & Call Center Berdasarkan ISO 9001. In *Jakarta: Gramedia Pustaka Utama*.
- Singarimbun, M. (2006). sofian Effendi. *Metode Penelitian Survei*.
- Subagiyo, R., & Adlan, M. A. (2017). Pengaruh Service Quality, Marketing Mix dan Kepuasan Mahasiswa terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. <https://doi.org/10.21067/jem.v13i1.1567>
- Tjiptono dan Chandara. (2005). Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada swalayan luwes purwodadi). *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi. & Chandra, Gregory. (2004). Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta; Andi. *Jurnal of Business and Management Sciences*. <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>
- Zeithaml, V. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A

Means-End Model and Synthesis of
Evidence. *Journal of Marketing*,
52(3), 2–22.
[https://doi.org/10.1177/002224298805
200302](https://doi.org/10.1177/002224298805200302)

BIODATA PENULIS

Erick Karunia, SE.,MM, lahir di
Maliku pada 1983 dan sebagai dosen
Fakultas Ekonomi, Universitas
Borneo Tarakan. SINTA ID:
6707027