

IDENTIFIKASI FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN MAHASISWA PADA STIE MIKROSKIL MEDAN DENGAN PENDEKATAN STRUKTURAL EQUATION MODEL (SEM)

Eko Yuliawan¹, Riko F. Sianturi²

¹Manajemen, STIE Mikroskil

²Manajemen, Universitas Prima Indonesia

Abstrak. Era Globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dewasa ini tak terkecuali persaingan di perguruan tinggi, perguruan tinggi dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik agar mampu bersaing dan dapat mempertahankan eksistensinya, atau bahkan semakin berkembang dan maju. Upaya memenuhi keinginan mahasiswa dan calon mahasiswa merupakan kunci sukses memenangkan persaingan. Tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh lembaga Perguruan tinggi adalah menggunakan umpan balik dari mahasiswa untuk mengevaluasi dan memperbaiki perubahan organisasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada mahasiswa program studi manajemen STIE

Mikroskil Medan. Populasi pada penelitian ini sebanyak 534 Orang mahasiswa, teknik pengambilan sampel menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 330 Orang Mahasiswa. Metode analisis data menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM), berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel jaminan dan reputasi kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa.

Katakunci: *Kepuasan Mahasiswa, Kualitas Pelayanan, Reputasi, Kompetensi, Persepsi Mahasiswa*

I. Pendahuluan

Pendidikan sebagai faktor pendukung yang memegang peranan penting di segala sektor terutama dalam pekerjaan. Pendidikan sebagai usaha yang dapat mengembangkan potensi dalam dirinya melalui proses pembelajaran dan cara lain yang dikenal dan diakui oleh masyarakat. Secara umum pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Era Globalisasi yang ditandai dengan semakin ketatnya persaingan dewasa ini, lembaga pendidikan dituntut untuk menunjukkan kinerja dan pelayanan yang semakin baik agar mampu bersaing dan dapat mempertahankan eksistensinya, atau bahkan semakin berkembang dan maju. Mengacu sumber PDDIKTI tahun 2017, jumlah perguruan tinggi di Provinsi Sumatera Utara dilihat dari bentuk perguruan tinggi untuk tingkat Universitas kurang lebih ada 120 Perguruan Tinggi, kemudian berbentuk sekolah tinggi kurang lebih mencapai 97 perguruan tinggi, hal ini mengindikasikan bahwa persaingan Perguruan Tinggi di Provinsi Sumatera Utara cukup ketat. Upaya memenuhi keinginan mahasiswa dan calon mahasiswa merupakan kunci sukses memenangkan persaingan. Tindakan terbaik yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan tinggi adalah menggunakan umpan balik dari mahasiswa untuk mengevaluasi dan memperbaiki perubahan organisasi.

Saat ini Perguruan Tinggi mempunyai beban tertentu yaitu harus menyesuaikan diri dengan pola-pola kebudayaan masyarakat yang dapat memberikan keuntungan ekonomis bagi pribadi mahasiswa dan keuntungan lain bagi masyarakat, kesesuaian antara keinginan atau persepsi konsumen dan kehendak organisasi pengelola Perguruan Tinggi merupakan syarat penting keberhasilan proses pendidikan di Perguruan Tinggi. Setiap mahasiswa menghendaki kepuasan maksimal dari setiap layanan yang terdapat di lembaga pendidikan. Di STIE Mikroskil sendiri perkembangan jumlah mahasiswa setiap tahunnya selalu berfluktuatif, jika hal ini tidak diantisipasi sejak dini tentu hal ini akan berdampak negatif khususnya dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa dan animo calon mahasiswa terhadap STIE Mikroskil. kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Mahasiswa akan merasa puas apabila harapan mereka dipenuhi dan senang apabila harapan mereka dilebihi [5].

Adanya Perguruan Tinggi Swasta (PTS) di Sumatera Utara berarti turut serta berpartisipasi dalam menanggulangi keterbatasan daya tampung Perguruan Tinggi Negeri. Dalam hal ini seluruh Perguruan Tinggi Swasta, khususnya di Sumatera Utara mempunyai peluang yang sama untuk di pilih calon mahasiswa yang tidak di tampung di PTN dalam melanjutkan studinya. Oleh karena itu setiap PTS harus melakukan strategi khusus yang berbeda dengan PTS lain. Data dibawah ini merupakan data Perguruan Tinggi di Sumatera Utara.

Kualitas Pelayanan pada perguruan tinggi harus menjadi perhatian penting, banyak penelitian yang telah

dilakukan mengenai kualitas pelayanan di perguruan tinggi salah satunya penelitian yang dilakukan oleh [4] dengan judul penelitian *Measuring Higher Education Service Quality in Thailand*, dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Penelitian lain juga pernah dilakukan oleh [11] dengan judul *Quality Management In The Turkish Higher Education*, dimana hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas perguruan tinggi di Turki perlu ditingkatkan secara berkelanjutan serta memperhatikan kualitas manajemen perguruan tinggi.

Selain kualitas pelayanan, kompetensi dosen pada perguruan tinggi merupakan hal yang penting, penelitian yang pernah dilakukan oleh [13] dengan judul Pengaruh Kompetensi Dosen Proses Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa, dimana hasil penelitian menunjukan bahwa kompetensi dosen dan kualitas pembelajaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Adapun manfaat dari penelitian ini baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pengelola perguruan tinggi dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan perguruan tinggi yang berorientasi kepada kepuasan berkelanjutan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi penelitian lainnya yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kompetensi dosen, reputasi kampus, persepsi mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa.

II. Kajian Literatur dan Pengembangan Hipotesa

2.1. Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan konsumen sebagai tujuan semua perusahaan. Untuk mencapai kepuasan seseorang, perusahaan harus mencari cara yang dapat membuat konsumen merasa senang dan tertarik dengan produk yang ditawarkan. Selain merasa senang dan tertarik dengan produk yang ditawarkan, perusahaan juga harus merancang produk yang dimilikinya mampu bersaing dengan jenis usaha sejenis. Oleh karena itu, konsumen atau pengguna jasa memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk yang ditawarkan.

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen [5]. Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dihasilkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen menjadi puas. Jika kinerja melebihi harapan, maka konsumen amat puas.

2.2. Kualitas Pelayanan

Tingkat kualitas layanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang organisasi, akan tetapi harus dilihat dari kebutuhan atau keinginan pelanggan. Oleh karena

itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya. Menurut [6], didalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen digunakan lima dimensi pokok yaitu:

1) Bukti fisik (*Tangibles*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada *eksternal*. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

2) Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan *persepsi* yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopanan, santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

2.3. Kompetensi

Ada beberapa perbedaan yang dimaksud dengan kompetensi. Organisasi yang berbeda akan mendefinisikan kompetensi secara berbeda pula. Seperti Kantor Manajemen Personalia Amerika, menggunakan kompetensi sebagai sinonim dari pengetahuan, keahlian, ketrampilan, dan kemampuan tertentu yang menjadi persyaratan untuk melakukan pekerjaan.

Menurut [1]. (dalam Rosidah, 2008), kompetensi adalah karakteristik dasar dari pegawai yang memungkinkan pegawai mengeluarkan kinerja superior dalam pekerjaannya. Berdasarkan uraian di atas makna kompetensi mengandung bagian kepribadian yang mendalam dan melekat pada pegawai dengan perilaku yang dapat diprediksi pada

berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Prediksi siapa yang berkinerja baik dan kurang baik dapat diukur dari kriteria atau standar yang digunakan.

2.4. Reputasi

Reputasi Menurut Mitnick dan Mahon (2007), reputasi merupakan persepsi seorang atau beberapa orang pengamat terhadap seorang individu atau sebuah organisasi, di mana persepsi tersebut muncul karena kinerja atau kualitas dari individu atau organisasi tersebut. Ou (2007) juga menyampaikan bahwa reputasi perusahaan relatif stabil dan bersifat jangka panjang sebagai hasil penilaian kolektif oleh pihak luar terhadap tindakan dan prestasi sebuah perusahaan.

2.5. Persepsi

Persepsi adalah sebuah proses individu mengorganisasikan dan menginterpretasikan kesan sensoris untuk memberikan pengertian pada lingkungannya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia menerangkan bahwa persepsi adalah tanggapan langsung dari suatu serapan atau proses seorang mengetahui beberapa hal melalui panca inderanya.

Persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tadi memberikan makna pada stimulus inderawi. Menafsirkan bahwa inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi atensi, ekspektasi, motivasi, dan memori. Pendapat tersebut menerangkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Stimulus atau rangsangan yang diterima individu melalui penginderaan akan diteruskan kepusat susunan syaraf yaitu otak dan terjadilah proses psikologis, sehingga individu menyadari apa yang dilihat dan apa yang didengar [12].

2.6. Pengembangan Hipotesis

2.6.1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan

Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan, dan peneliti, karena perusahaan (penyedia jasa) perlu mengetahui apakah tujuan perusahaan harus memiliki pelanggan yang puas dengan kinerja perusahaan atau memberikan “kualitas layanan yang dipersepsikan” pada tingkat maksimum [4]. Dengan demikian kepuasan dapat mempengaruhi evaluasi pelanggan terhadap kualitas layanan. Pentingnya isu tersebut telah mendorong usaha untuk memperjelas hubungan antara kepuasan dan kualitas layanan [10].

Menurut [6], didalam mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen digunakan lima dimensi pokok yaitu:

6) Bukti fisik (*Tangibles*)

Kemampuan perusahaan dalam menunjukan *eksistensinya* kepada *eksternal*. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

7) Kehandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

8) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan *persepsi* yang negatif dalam kualitas pelayanan.

9) Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

10) Empati (*Empathy*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Hasil penelitian mereka menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang dipersepsikan, semakin besar kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan kualitas yang dipersepsikan merupakan kemampuan memutuskan tentang kesempurnaan atau superioritas entitas, atau juga merupakan suatu bentuk sikap, evaluasi secara menyeluruh dalam jangka panjang. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis alternatif pertama (H_1) sebagai berikut:

H_1 : Terdapat pengaruh Dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa.

2.6.2. Kompetensi Dosen dan Kepuasan

Menurut [1], kompetensi adalah karakteristik dasar dari pegawai yang memungkinkan pegawai mengeluarkan kinerja superior dalam pekerjaannya. Berdasarkan uraian di atas makna kompetensi mengandung bagian kepribadian yang mendalam dan melekat pada pegawai dengan perilaku yang dapat diprediksi pada berbagai keadaan dan tugas pekerjaan. Prediksi siapa yang berkinerja baik dan kurang baik dapat diukur dari kriteria atau standar yang digunakan.

Analisis kompetensi disusun sebagian besar untuk pengembangan karier, tetapi penentuan tingkat kompetensi dibutuhkan untuk mengetahui efektivitas tingkat kinerja yang diharapkan. Menurut [1] level kompetensi adalah sebagai

berikut : *Skill, Knowledge, Self-concept, Self Image, Trait dan Motive*. *Skill* adalah kemampuan untuk melaksanakan suatu tugas dengan baik. Dalam penelitiannya Sahyar menjelaskan bahwa kompetensi dosen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis alternatif kedua (H_2) sebagai berikut:

H_2 : Kompetensi Dosen berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

2.6.3. Reputasi dan Kepuasan Mahasiswa

Reputasi Menurut [7], reputasi merupakan persepsi seorang atau beberapa orang pengamat terhadap seorang individu atau sebuah organisasi, di mana persepsi tersebut muncul karena kinerja atau kualitas dari individu atau organisasi tersebut. [7] juga menyampaikan bahwa reputasi perusahaan relatif stabil dan bersifat jangka panjang sebagai hasil penilaian kolektif oleh pihak luar terhadap tindakan dan prestasi sebuah perusahaan.

Reputasi juga sering didefinisikan sebagai keunggulan kompetitif terpenting yang dimiliki oleh perusahaan [3] Reputasi merupakan kumpulan penilaian pihak luar dalam jangka panjang terhadap seberapa baik komitmen perusahaan untuk memenuhi harapan stakeholders [2]. Citra atau reputasi lembaga pendidikan tinggi adalah jam terbang perguruan tinggi dalam mengelola organisasinya sehingga mampu membangun suatu citra/reputasi yang positif. Kemudian, citra/reputasi positif tersebut perlu pula didukung oleh staf dosen atau tenaga pengajar yang handal dan kompeten, baik dalam bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian pada masyarakat (Tri Dharma Perguruan Tinggi). Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis alternatif kedua (H_3) sebagai berikut:

H_3 : Reputasi kampus berpengaruh terhadap Kepuasan mahasiswa

2.6.4. Persepsi dan Kepuasan Mahasiswa

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti buat masyarakat. Persepsi adalah pengalaman tentang suatu objek, peristiwa atau hubungan hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tadi memberikan makna pada stimulus inderawi. Menafsirkan bahwa inderawi tidak hanya melibatkan sensasi tetapi atensi, ekspektasi, motivasi, dan

memori. Pendapat tersebut menerangkan bahwa persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh penginderaan. Stimulus atau rangsangan yang diterima individu melalui penginderaan akan diteruskan ke pusat susunan syaraf yaitu otak dan terjadilah proses psikologis, sehingga individu menyadari apa yang dilihat dan apa yang [12]

Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi, di mana sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang mengembirakan. Sensasi juga dapat didefinisikan sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita terhadap stimuli dasar seperti cahaya, warna, dan suara. Dengan adanya itu semua maka persepsi akan timbul [14]). Persepsi kita dibentuk oleh: Karakteristik dari stimuli, Hubungan stimuli dengan sekelilingnya, Kondisi-kondisi didalam diri kita sendiri. Berdasarkan uraian tersebut dapat dirumuskan hipotesis alternatif kedua (H_4) sebagai berikut :

H_4 : Persepsi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

III. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan pengaruh variabel penelitian menggunakan *Structural Equation Analysis* (SEM). Sesuai dengan tujuannya, maka penelitian ini dirancang sebagai suatu penelitian deskriptif dan verifikatif [8]. Populasi pada penelitian adalah mahasiswa program studi manajemen yang berjumlah 534 Orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* sebanyak 330 Orang mahasiswa program studi manajemen. Selain itu pengumpulan data juga dilakukan dengan cara pengisian angket/kuesioner dan juga wawancara secara mendalam (*in depth interview*) dengan pihak-pihak yang berkaitan untuk melengkapi proses analisis.

Data sekunder diperoleh dari program studi manajemen bisnis, serta studi kepustakaan. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan diolah dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup.

3.1. Definisi Operasional Variabel

Tabel dibawah ini merupakan operasionalisasi dari variabel penelitian :

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

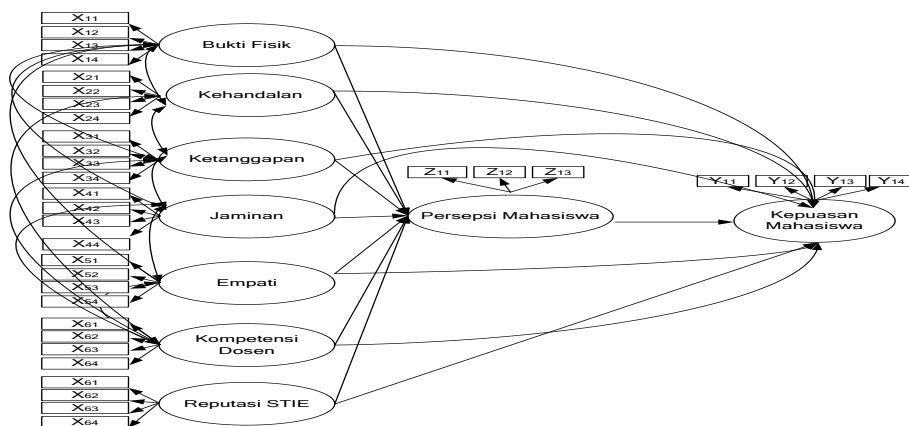
Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Bukti fisik (X_1)	Aspek-aspek nyata yang dapat dilihat pada STIE Mikroskil Medan seperti	1. Gedung perkuliahan yang laik 2. Ruang belajar nyaman 3. Kebersihan ruangan	Likert

	gedung, pelengkapan, sarana dan sebagainya.	4. Pegawai dan dosen berpenampilan rapi	
Kehandalan (X ₂)	Kemampuan STIE Mikroskil Medan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan dalam menangani masalah mahasiswa 2. Keandalan peng-administrasian dokumen 3. Keandalan dalam menyelesaikan keluhan mahasiswa 4. Kemampuan memberikan penjelasan mengenai hal-hal yang belum jelas 	Likert
Ketanggapan (X ₃)	Kemampuan pegawai/dosen STIE Mikroskil Medan untuk membantu mahasiswa menyediakan jasa dengan cepat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Senantiasa mempersiapkan kebutuhan yang diperlukan mahasiswa 2. Kesiadaan membantu kesulitan mahasiswa 3. Kejelasan memberikan informasi kepada mahasiswa 4. Sigap dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa 	Likert
Jaminan (X ₄)	Sesuai dengan yang diinginkan mahasiswa mencakup pengetahuan, kompetensi, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai/dosen mampu menjamin dokumen mahasiswa aman 2. Adanya jaminan bahwa mahasiswa memperoleh pendidikan yang lebih baik 3. Menghilangkan rasa keragu-raguan terhadap kondisi perguruan tinggi 4. Menjamin kenyamanan mahasiswa selama kuliah di STIE Mikroskil 	Likert
Empati (X ₅)	Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan dengan berupaya memahami keinginan mahasiswa.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegawai/dosen memahami kebutuhan mahasiswa 2. Perhatian secara individual terhadap permasalahan mahasiswa 3. Ada kesungguhan pelayanan sesuai kebutuhan mahasiswa 	Likert
Kompetensi Dosen (X ₆)	Karakteristik yang mendasari dosen berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam pekerjaannya atau karakteristik dasar individu sebagai sebab-akibat dengan kriteria yang dijadikan acuan, efektif atau berkinerja prima dalam mengajar.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan dalam menguasai matakuliah yang diajarkan 2. Mengambil tindakan sesuai dengan tuntutan organisasi 3. Mampu beradaptasi dengan lingkungan 4. Kemampuan dalam mengajarkan matakuliah yang berbeda 5. Terampil dalam menyelesaikan pekerjaan 6. Menjalinkan kerjasama yang baik 	Likert

Reputasi Kampus (X ₇)	Persepsi mahasiswa terhadap seorang individu atau sebuah organisasi, di mana persepsi tersebut muncul karena kinerja atau kualitas dari individu atau organisasi tersebut	1. Citra atau nama baik perguruan tinggi 2. Perguruan tinggi sudah lebih baik dalam proses belajar mengajar 3. Sudah dikenal masyarakat luas 4. Telah terakreditasi oleh BAN-PT	Likert
Persepsi Mahasiswa (Z)	Sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti bagi masyarakat	1. Nilai tambah/manfaat dimasa depan 2. Layanan bermanfaat 3. Merasa nyaman 4. Bangga kuliah di STIE Mikroskil 5. Rasa aman 6. Biaya uang kuliah terjangkau	Likert
Kepuasan Mahasiswa (Y)	Tingkat perasaan mahasiswa setelah membandingkan kinerja STIE Mikroskil Medan yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya	1. Pelayanan sesuai kebutuhan 2. Kesesuaian harapan yang diberikan 3. Fasilitas yang diberikan memuaskan	Likert

3.2. Kerangka Konseptual

Menggambar diagram jalur proporsi hipotesis yang akan diajukan dan persamaan strukturalnya yaitu: diagram jalur hipotesis yang diajukan berikut ini



Gambar 1. Model Struktural Variabel Penelitian

IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji kualitas data dilakukan untuk mengukur validitas dan reliabilitas pada instrument penelitian, uji validitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA), berdasarkan hasil CFA seluruh instrument penelitian memenuhi uji validitas dimana nilai *Critical Ratio* (CR) berada diatas 1,96. Sedangkan untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara uji *Construct Reliability*, berdasarkan uji *construct reliability* seluruh instrument dinyatakan reliabel dengan nilai > 0,7.

Pengujian normalitas data dilakukan pada penelitian ini dengan uji univariate dan multivariate. Berdasarkan hasil uji univariate data berdistribusi normal dimana nilai critical ratio memiliki nilai berada disekitar $\pm 2,58$. Berdasarkan uji multivariate data berdistribusi normal dengan nilai multivariate sebesar 2,04. Selain uji

normalitas data model penelitian perlu dilakukan penilaian terhadap kelayakan model penelitian (*Goodness of Fit*), berikut ini hasil penilaian *Goodness of Fit*:

Tabel 2. *Goodness Of Fit*

Goodness of Fit Indeks	Cut of Value	Hasil Analisis	Evaluasi Model
Chi Square	1402,33	1305,515	Baik
GFI	> 0.90	0.813	Marginal
AGFI	> 0.90	0.771	Marginal
TLI	> 0.90	0.978	Baik
RMSEA	< 0.08	0.062	Baik
CMIN/DF	< 2	2.151	Marginal

Berdasarkan tabel 2 diatas menunjukkan penilaian terhadap kelayakan model penelitian. Berdasarkan tabel 2 diatas disimpulkan bahwa model penelitian layak atau model fit untuk dilanjutkan ketahap selanjutnya dimana nilai untuk keseluruhan indikator terhadap evaluasi model

hasil analisis menunjukkan nilai yang baik dibandingkan nilai *Cut of Value*.

4.1. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data, uji hipotesis penelitian disajikan pada tabel 3 di bawah ini :

Tabel 3. Uji Hipotesis
Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

Endogen		Eksogen	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keterangan
Persepsi	<---	Bukti_Fisik	-,055	,110	-,505	,614	Ditolak
Persepsi	<---	Kehandalan	,144	,204	,706	,480	Ditolak
Persepsi	<---	Ketanggapan	-,205	,185	-1,112	,266	Ditolak
Persepsi	<---	Jaminan	,179	,090	1,997	,046	Diterima
Persepsi	<---	Empati	,066	,083	,804	,421	Ditolak
Persepsi	<---	Kompetensi_Dosen	,147	,080	1,834	,067	Ditolak
Persepsi	<---	Reputasi	,680	,136	5,018	***	Diterima
Kepuasan	<---	Persepsi	1,151	,469	2,455	,014	Diterima
Kepuasan	<---	Reputasi	,324	,395	,822	,411	Ditolak
Kepuasan	<---	Kompetensi_Dosen	,146	,169	,860	,390	Ditolak
Kepuasan	<---	Empati	,016	,161	,102	,919	Ditolak
Kepuasan	<---	Jaminan	-,399	,208	-1,916	,055	Ditolak
Kepuasan	<---	Ketanggapan	,612	,411	1,488	,137	Ditolak
Kepuasan	<---	Kehandalan	-,828	,452	-1,834	,067	Ditolak
Kepuasan	<---	Bukti_Fisik	,487	,224	2,174	,030	Diterima

Berdasarkan Tabel 3 diatas, dapat dijelaskan variabel jaminan dan reputasi kampus berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel persepsi dimana nilai $p\text{ value} < 0.05$. sedangkan variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, empati dan kompetensi dosen tidak berpengaruh terhadap variabel persepsi mahasiswa dimana nilai $p\text{ value} > 0.05$.

Berdasarkan tabel 3 diatas juga dapat dijelaskan bahwa variabel persepsi dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan nilai $P\text{ value} <$

0.05, sedangkan kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, kompetensi dosen dan reputasi kampus tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan dimana nilai $p\text{ value} > 0.05$.

4.2. Pengaruh Langsung

Analisis pengaruh langsung ditujukan untuk melihat seberapa kuat pengaruh suatu variabel dengan variabel lainnya secara langsung. Di bawah ini disajikan hasil pengaruh langsung variabel bebas terhadap variabel intervening dan variabel terikat.

Tabel 4. Pengaruh Langsung
Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	Reputasi	Kompetensi_Dosen	Empati	Jaminan	Ketanggapan	Kehandalan	Bukti_Fisik	Persepsi	Kepuasan
Persepsi	,649	,178	,095	,244	-,301	,174	-,047	,000	,000
Kepuasan	,209	,119	,016	-,366	,605	-,675	,280	,775	,000

Berdasarkan hasil perhitungan pengaruh langsung pada tabel 4 diatas, dapat dijelaskan bahwa pengaruh langsung variabel reputasi kampus memiliki pengaruh paling besar terhadap persepsi mahasiswa yakni sebesar 0,649, setelah itu diikuti variabel jaminan sebesar 0,244, selanjutnya variabel kompetensi dosen sebesar 0,178, variabel kehandalan sebesar 0,174, variabel empati sebesar 0,095, variabel bukti fisik -0,047 dan terakhir variabel ketanggapan sebesar -0,301.

Selain itu dapat dilihat juga pengaruh langsung dari variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan,

empati, kompetensi dosen, reputasi kampus dan persepsi mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa. Berdasarkan tabel diatas variabel yang memiliki pengaruh langsung paling besar terhadap kepuasan mahasiswa adalah variabel persepsi mahasiswa yaitu sebesar 0,775, selanjutnya diikuti variabel ketanggapan yaitu sebesar 0,605, variabel bukti fisik sebesar 0,280, variabel kompetensi dosen sebesar 0,119, variabel empati sebesar 0,016, variabel jaminan sebesar -0,366 dan variabel kehandalan sebesar -0,675.

4.3. Pengaruh Tidak Langsung

Analisis pengaruh tidak langsung ditujukan untuk melihat seberapa kuat pengaruh suatu variabel bebas dengan variabel lainnya secara tidak langsung, dengan kata lain seberapa kuat pengaruh variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, kompetensi

dosen, dan reputasi kampus memiliki pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa melalui persepsi mahasiswa. tabel 4 dibawah ini menyajikan hasil pengaruh tidak langsung.

**Tabel 5. Pengaruh Tidak Langsung
Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)**

	Reputasi	Kompetensi_Dosen	Empati	Jaminan	Ketanggapan	Kehandalan	Bukti_Fisik	Persepsi	Kepuasan
Persepsi	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
Kepuasan	,503	,138	,073	,189	-,234	,135	-,037	,000	,000

Berdasarkan tabel 5 diatas, hasil perhitungan pengaruh tidak langsung dapat dijelaskan bahwa pengaruh tidak langsung variabel reputasi memiliki pengaruh tidak langsung paling besar yakni sebesar 0,503 terhadap kepuasan mahasiswa, setelah itu diikuti variabel jaminan sebesar 0,189, variabel kompetensi dosen sebesar 0,138, variabel kehandalan sebesar 0,135, variabel empati sebesar 0,073, variabel bukti fisik sebesar -0,037 dan variabel ketanggapan sebesar -0,234

Berdasarkan hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi kedudukannya tepat sebagai

variabel intervening mengingat hasil pengaruh tidak langsung variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, empati, kompetensi dosen, reputasi kampus terhadap kepuasan lebih besar dibandingkan pengaruh langsung terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

4.5. Pengaruh Total

Tabel 5 dibawah ini merupakan hasil pengaruh total dari variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, kompetensi dosen, reputasi kampus, persepsi mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa.

**Tabel 6. Hasil Pengaruh Total
Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)**

	Reputasi	Kompetensi_Dosen	Empati	Jaminan	Ketanggapan	Kehandalan	Bukti_Fisik	Persepsi	Kepuasan
Persepsi	,649	,178	,095	,244	-,301	,174	-,047	,000	,000
Kepuasan	,712	,257	,089	-,177	,371	-,540	,243	,775	,000

Dari tabel 6 diatas dapat dijelaskan hasil perhitungan pengaruh total variabel reputasi kampus memiliki pengaruh total paling besar terhadap persepsi mahasiswa yakni sebesar 0,649, yang kemudian diikuti variabel jaminan sebesar 0,244, variabel kompetensi dosen sebesar 0,178, variabel kehandalan sebesar 0,174, variabel empati sebesar 0,095, variabel bukti fisik sebesar -0,047 dan variabel ketanggapan sebesar -0,301.

Dari tabel 5 diatas juga dapat dijelaskan pengaruh total persepsi mahasiswa memiliki pengaruh total paling besar sebesar 0,775 terhadap kepuasan mahasiswa, setelah itu diikuti variabel reputasi kampus sebesar 0,712, variabel ketanggapan sebesar 0,371, sebesar kompetensi dosen sebesar 0,257, variabel bukti fisik 0,243, variabel empati 0,089, variabel jaminan -0,177 dan variabel kehandalan sebesar -0,540.

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [3] bahwa bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. bukti fisik merupakan Kemampuan perusahaan dalam menunjukan *eksistensinya* kepada *eksternal*. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada mahasiswa rata-rata responden puas dengan sarana dan prasarana yang ada di STIE Mirksokil medan, terutama mengenai gedung yang bersih serta ruang perkuliahan yang laik sehingga mereka merasa puas dengan sarana dan prasarana yang ada di STIE Mikroskil.

4.6. Pembahasan

4.6.1. Pengaruh Bukti Fisik Terhadap Kepuasan

4.6.2. Pengaruh Kehandalan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan [3]. Kehandalan merupakan Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama, untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan namun faktor kehandalan baik dosen dan pegawai merupakan bagian penting dalam meningkatkan kepuasan kepada mahasiswa. berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan memang beberapa responden mengeluhkan khususnya pegawai yang masih kurang sigap dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa sehingga hal ini berdampak kepada mahasiswa merasa kurang puas dengan kehandalan pegawai. Namun demikian hal ini bukan berarti STIE Mikroskil tidak melakukan tindakan apa-apa, setiap tahun STIE Mikroskil melakukan penilaian pegawai, hal ini bertujuan untuk bahan evaluasi dan pengembangan pegawai yang kinerjanya masih dibawah standar.

4.6.3. Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel kehandalan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan [3]. Ketanggapan merupakan Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan *persepsi* yang negatif dalam kualitas pelayanan. Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel ketanggapan tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, namun demikian ketanggapan seorang dosen dan pegawai merupakan hal penting dalam membangun kualitas pelayanan berkelanjutan. Berdasarkan hasil wawancara terhadap mahasiswa pendapat mahasiswa mengenai ketanggapan dosen dan pegawai di STIE Mikroskil sudah cukup baik, namun demikian tidak dipungkiri masih ada juga dosen dan pegawai yang kurang peduli terhadap masalah mahasiswa yang berkaitan dengan akademik. Dalam hal ini STIE Mikroskil tetap terus berupaya untuk terus berkomitmen dalam bahwa dosen dan pegawai harus mampu membantu masalah dan kendala yang dihadapi mahasiswa, sehingga hal ini akan membangun persepsi positif kepada mahasiswa yang nantinya akan bermuara kepada meningkatnya kepuasan mahasiswa.

4.6.4. Pengaruh Assurance Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. *assurance* merupakan pengetahuan, kesopan

santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan variabel *assurance* pendapat mahasiswa terhadap jaminan yang diberikan oleh STIE Mikroskil sudah cukup baik. Hal ini ditandai dengan mahasiswa dimudahkan dalam mendapatkan informasi yang dibutuhkan khususnya yang berkaitan dengan informasi akademik. Penggunaan teknologi pada portal akademik telah memudahkan mahasiswa untuk mengakses segala informasi yang dibutuhkan dan mahasiswa cukup puas dengan portal akademik, mahasiswa berpendapat bahwa ekspektasi mereka terhadap penerapan teknologi di STIE Mikroskil sangat memuaskan.

4.6.5. Pengaruh Empati Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, hal ini kurang sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [3]. Empati merupakan kemampuan Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel empati tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, bukan berarti nilai empati tidak penting. Kepekaan emosional seorang dosen dan pegawai terhadap masalah dan kendala yang dihadapi mahasiswa merupakan hal penting. Mahasiswa akan merasa senang jika masalah atau kendala yang dihadapi dapat dibantu baik oleh dosen maupun mahasiswa. berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada mahasiswa yang berkaitan dengan variabel empati, mahasiswa berpendapat dosen dan pegawai sudah cukup baik dalam mengatasi masalah yang dihadapi mahasiswa. hal tersebut ditandai dengan dosen atau pegawai memberikan alternatif solusi terhadap masalah yang dialami oleh mahasiswa.

4.6.6. Pengaruh Persepsi Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti buat masyarakat. Membangun persepsi positif terhadap mahasiswa memang penting, karena persepsi akan terbentuk dari pengalaman yang dirasakan secara langsung oleh mahasiswa terhadap

pelayanan yang diberikan STIE Mikroskil terhadap mahasiswa. upaya STIE Mikroskil untuk tetap membangun persepsi mahasiswa salah satunya dengan cara terus meningkatkan kualitas pelayanan secara berkelanjutan. Sehingga pelayanan yang diberikan dapat diterima dan dirasakan secara optimal oleh mahasiswa.

V. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, adapun simpulan pada penelitian ini adalah bahwa dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa variabel persepsi dan bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan variabel kehandalan, ketanggapan, jaminan, empati, kompetensi dosen, dan reputasi kampus tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

Selain itu dari seluruh variabel yang diuji hanya variabel jaminan dan reputasi kampus yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi mahasiswa. sedangkan variabel bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, empati dan kompetensi dosen tidak berpengaruh terhadap persepsi mahasiswa

Implikasi secara teoritis diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi khususnya dalam kajian pengelolaan perguruan tinggi berbasis kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi para pengelola perguruan tinggi untuk lebih memperhatikan hal-hal yang berkaitan dengan bukti fisik seperti fasilitas gedung yang laik, lahan parkir yang memadai serta sarana dan prasarana untuk lebih diperhatikan bagi pengelola perguruan tinggi mengingat hal ini berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, selain itu juga pihak pengelola perguruan tinggi hendaknya dapat membangun persepsi mahasiswa yang lebih positif agar dengan meningkatkan pelayanan yang ada yang akhirnya akan menciptakan kepuasan bagi mahasiswa itu sendiri.

VI. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adapun saran yang dapat diberikan adalah perlu kiranya bagi pengelola Perguruan Tinggi untuk memperhatikan bukti fisik seperti gedung yang laik, serta sarana dan prasarana yang menunjang proses perkuliahan, selain itu juga pihak pengelola untuk dapat memberikan pelayanan yang optimal karena pelayanan yang diberikan akan membentuk persepsi positif kepada mahasiswa yang

akhirnya akan membangun kepuasan kepada mahasiswa itu sendiri.

Referensi

- [1]Boulter *et al.* 2003, *People and Competencies : The Route Competitive Advantage*, Terbitan Pertama Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : PT Gramedia.
- [2]Brown, U.J. and Gaylor, K. (2002). *Organizational Commitment in Higher Education*. Jackson State University: Mississippi.
- [3]Wibowo (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Reputasi dan Nilai Layanan Perguruan Tinggi Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Bina Ekonomi Majalah Ilmiah*, UNPAR
- [4]Cronin, J. Joseph Jr dan Steven Taylor, (1992), *Measuring Service Quality : Reexamination and Extension*, *Journal of Marketing*.
- [5]Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: PT Salemba Emman Patria.
- [6]Lupiyoadi. 2009. Edisi Pertama. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- [7]Mitnick, B.M. dan Mahon, J.F. (2007). *The Concept of Reputational Bliss*, *Journal of Business Ethics*, Vol. 72, No. 323-333.
- [8]Nasir, M. (2003). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- [9]Effendy, O. U. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Cetakan kesembilanbelas, PT RemajaRosdakarya. Bandung
- [10]Parasuraman A, Valeri A, Zeithmal dan Berry L. Leonard., (1996), *Delivery Quality Service Balancing Customer Perception and Expectation*.
- [11]Mehmet Eymen Eryilmas, Esen Kara, Ebru Aydogan, Olcay Bektas, Duygu Acar Erdur. *Quality Management In The Turkish Higher Education Institutions : Preliminary Findings*. *Prcedia- Social and Behavioral Sciences* 229 (2016) 60-69
- [12]Rakhmat. 2006. *Jalaluddin, Psikolog Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung
- [13]Sahyar. Pengaruh Kompetensi Dosen Proses Pembelajaran Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Pekbis Jurnal*, Vol 1. No.3. November 2009 : 131-139
- [14]Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.