

Pengaruh Citra Perguruan Tinggi dan Kompetensi Dosen terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta (Studi pada IKIP PGRI Bojonegoro)

Ali Mujahidin

Program Studi Pendidikan Ekonomi
IKIP PGRI Bojonegoro
ali.mujahidin17@gmail.com

Fifi Zuhriah

Program Studi Pendidikan Ekonomi
IKIP PGRI Bojonegoro
fifizuriah@gmail.com

Ifa Khoiraningrum

Program Studi Pendidikan Ekonomi
IKIP PGRI Bojonegoro
nifakhoiria@gmail.com

Abstract

The research examines and analyzes the direct impact university image and lecturer's competences on student's satisfaction and student's loyalty. The reseach also examine and analyze the indirect impact of university image and lecturer's competenceson student's loyalty with student's satisfaction as mediation variable. The study surveyed a sample of 100 respondents in IKIP PGRI Bojonegoro, simple random sampling was a chosen as method to determine the samples. Method and tools to test the hypothesis is Path Analysis. The results showed that university image has a significant impact on student's satisfaction, lecturer's competence has a significant on student's satisfaction, university image has no impact on student's loyalty, lecturer's competence has no impact on student's loyalty, student's satisfaction has a significant on student's loyalty, and student's satisfaction mediates the impact univerity image to student's loyalty, and student's satisfaction mediates the impact of student's loyalty to the lecturer's competences.

Keywords : Corporate image, lecturer's competences, student's satisfaction, student'sloyalty

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh langsung citra perguruan tinggi dan kompetensi dosen terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa. Penelitian ini juga menguji dan menganalisis pengaruh tidak langsung citra perguruan tinggi dan kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel mediasi. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro metode pengambilan sampel simple random sampling. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode dan alat analisis adalah untuk menguji hipotesis adalah Path Analisis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, kompetensi dosen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, citra perguruan tinggi tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa, kompetensi dosen tidak berpengaruh terhadap loyalitas mahasiswa, kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, serta kepuasan mahasiswa memediasi

citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa, dan kepuasan mahasiswa memediasi pengaruh kompetensi dosen terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Citra perguruan tinggi, kompetensi dosen, kepuasan mahasiswa, loyalitas mahasiswa*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan industri jasa sangat cepat, sehingga menuntut penyedia jasa untuk selalu berinovasi dan meningkatkan citra perusahaannya agar tetap dan bisa dikenal oleh masyarakat. Sesuai laporan analisis perkembangan industri pada kementerian perindustrian RI Mei 2018 bahwa pada triwulan I 2018 pertumbuhan sektor Jasa Perusahaan sebesar 8,04%. Perguruan tinggi sebagai industri jasa dan juga lembaga strategis dalam menghasilkan sumber daya manusia yang kompeten dan bermutu, tentu tak luput dari persaingan, hal ini terbukti dengan peningkatan mahasiswa baru setiap tahun di Negara Indonesia. Sesuai dengan data statistik pendidikan tinggi 2017 bahwa kenaikan mahasiswa baru dari 2016 ke tahun 2017 sekitar 32,8%.

Menurut Aryani dan Rosita (2010:1) dalam jangka pendek untuk bisa memenangkan persaingan maka perusahaan perlu memperbaiki loyalitas pelanggan yang akan membawa profit pada penjualan. Profit merupakan motif utama konsistensi bisnis, karena dengan keuntungan maka roda perputaran bisnis dari variasi produk dan jasa yang ditawarkan maupun perluasan pasar yang dilayani (Soeling, 2007). Dalam jangka panjang, memperbaiki loyalitas umumnya akan lebih profitabel, yakni pelanggan bersedia membayar harga lebih tinggi, penyediaan layanan yang lebih murah dan bersedia merekomendasikan ke pelanggan yang baru ("Managing Customer", 1995) kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan Menurut Irawan (2007) kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan merupakan perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang dinikmati atau didapat oleh konsumen. Apabila harapan melebihi dari kenyataan, maka pelanggan tidak puas, begitu juga sebaliknya, apabila harapan lebih rendah dari kenyataan maka pelanggan akan puas.

Menurut Tang dalam Tjandra et.al, *Corporate Image* (Citra Perusahaan) adalah kesan yang muncul dalam pemikiran seseorang ketika mendengar nama dari sebuah hotel, restoran, atau intitusi bisnis lainnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan adalah hasil dari sebuah proses dimana pelanggan telah membandingkan berbagai atribut yang dimiliki perusahaan. Selain berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan juga berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sesuai yang dikatakan Mardalis (2005), dalam membentuk loyalitas pelanggan, perusahaan diharapkan mampu membangun citra yang dikenal baik agar konsumen memiliki pemikiran yang positif dan tidak ragu untuk kembali membeli produk atau jasa dari perusahaan. Sedangkan menurut penelitian Ridho (2017) dalam Tangguh et.al (2018) menyatakan bahwa Citra Merek suatu perusahaan berpengaruh terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan. Sehingga untuk membentuk loyalitas mahasiswa, maka perlu membangun kepuasan mahasiswa. Dan untuk membangun mahasiswa diperlukan citra perguruan tinggi serta memberikan pelayanan prima terhadap mahasiswa melalui kompetensi dosen.

Citra merupakan persepsi yang bentuk oleh konsumen. Citra perguruan tinggi berhubungan dengan upaya kegiatan lembaga yang bersangkutan. Ketika mahasiswa merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan perguruan tinggi, maka mahasiswa memiliki persepsi yang kurang baik terhadap perguruan tinggi tersebut. Hal ini sesuai dengan penelitian Setiyawan (2016) bahwa citra perguruan tinggi berhubungan dengan upaya kegiatan lembaga yang bersangkutan terutama dalam hal layanan seperti fasilitas, ketrampilan, kondisi fisik. Ketika konsumen merasa tidak puas terhadap layanan yang diberikan lembaga Perguruan Tinggi, maka mereka memiliki persepsi yang jelek terhadap perguruan tinggi tersebut, selanjutnya mereka akan mengkomunikasikan dari mulut ke mulut.

Kualitas jasa yang baik mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kualitas perguruan tinggi dipandang baik jika kinerja sumber daya manusia baik, yaitu sesuai yang

diharapkan. Tenaga pendidik pada perguruan tinggi yaitu dosen memiliki kedudukan yang sangat penting dalam kinerja perguruan tinggi sebagai penyedia layanan pendidikan. Kinerja perguruan tinggi dapat berjalan dengan baik apabila dosen memiliki kompetensi-kompetensi yang telah ditetapkan dalam UU Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen yang meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi sosial, kompetensi profesional dan kompetensi kepribadian.

Menurut Sanjaya dan Pratiwi (2018) *People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang mempunyai kinerja yang kompeten. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja kompeten akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Begitu juga perguruan tinggi salah satu asetnya adalah dosen. Apalagi dosen yang berkompoten, maka akan membangun kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa. Begitu juga sebaliknya, apabila terdapat dosen yang belum memenuhi kompetensi dengan baik maka akan menyebabkan mahasiswa merasa tidak puas bahkan dirugikan. Dengan latar belakang tersebut, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa? (2) Apakah kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa? (3) Apakah citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa? (4) Apakah kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa? (5) Apakah citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa? (6) Apakah kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa? (7) Apakah kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa?

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Citra Perguruan Tinggi

Citra bisa diartikan sebagai apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu perusahaan. Citra lembaga adalah keseluruhan pikiran yang dimiliki konsumen tentang lembaga. Menurut Gonross dalam Jasfar (2005) citra merupakan perwakilan penilaian dari konsumen, baik yang komsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa. Penilaian konsumen ini berbeda-beda, bisa penilaian antar individu maupun antar kelompok. Sedangkan menurut Bill Canton dalam S.Soemirat & Adrianto. E (2007) memberikan pengertian citra sebagai apa yang terpikir, hasil dari perbuatan, gambaran diri publik terhadap perusahaan baik yang sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.

Berstein (1985) dan Gonross (1990) seperti dikutip Sutisna (2001) citra adalah realitas. Oleh karena itu dalam mengembangkan dan memperbaiki citra harus didasarkan pada realitas. Jika salah (citra tidak sesuai dengan realitas), dan kinerja baik, maka yang demikian itu adalah kesalahan dalam memberikan komunikasi kepada pelanggan. Tetapi sebaliknya, apabila citra itu benar dan kinerja jelek, itu berarti kesalahan dalam mengurus sebuah organisasi. Sedangkan Kasali (2003) citra adalah pikiran yang timbul karena pengetahuan dan pemahaman akan suatu hal yang benar-benar nyata. Pengeahuan dan pemahaman ini sendiri muncul karena adanya informasi.

Gonross (1990) dalam Sutisna (2001) mengidentifikasi terdapat empat peran citra dalam suatu organisasi:

1. Citra mencerminkan keinginan, bersama dengan komunikasi pemasaran (promosi), seperti periklanan penjualan pribadi dan *word of the mouth* (WOM).
2. Citra sebagai penyaring yang memengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan.
3. Citra sebagai fungsi dari pengalaman dan juga harapan pelanggan
4. Citra mempunyai pengaruh penting dalam manajemen.

Menurut Liou & Chuang (2009), dalam Tjandra et.al (2014) terdapat 4 bagian dari citra perusahaan, antara lain :

1. *Moralities* (Moralitas)

Moralitas berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan memiliki moral terhadap lingkungan dan sosialnya. Moralitas meliputi:

- a) *Charity Activities* (Kegiatan Sosial), perusahaan melakukan berbagai kegiatan sosial bagi masyarakat di sekitarnya.

- b) *Eco-friendly Activities* (Aktivitas Ramah Lingkungan), perusahaan mampu melakukan proses produksi dan menghasilkan produk yang ramah lingkungan.
2. *Managements* (Manajemen)
Manajemen berkaitan dengan bagaimana suatu perusahaan tersebut dikelola dengan baik. Manajemen meliputi:
 - a) *Employee Skills* (Keahlian staf), kemampuan pekerja diharapkan mampu meningkatkan kepuasan konsumen.
 - b) *Teamwork* (Kerjasama), kerjasama antara pekerja diperusahaan.
 3. *Performance* (Performa)
Performa berkaitan dengan kinerja perusahaan dalam melakukan kegiatan bisnisnya.
 - a) *Reasonability of price* (Kesesuaian harga), kesesuaian harga yang dibayarkan konsumen dengan kualitas produk
 - b) *Promotional activities* (Kegiatan promosi), kegiatan promosi mampu menarik perhatian konsumen.
 - c) *Advertisement* (Iklan), iklan dapat menarik konsumen sehingga mendongkrak pendapatan bagi perusahaan.
 - d) *Selling Channel*, perusahaan menyediakan kemudahan untuk melakukan transaksi.
 4. *Service* (Pelayanan)
Pelayanan berkaitan dengan bagaimana perusahaan memuaskan konsumen.
 - a) *Speed of Service* (Kecepatan Pelayanan), pelayanan yang cepat yang diberikan pada konsumen.
 - b) *Handling Complaint* (Menangani Komplain), bagaimana staf mengatasi komplain dari konsumen.
 - c) *Focussing on customer's need* (Fokus Terhadap Kebutuhan Pelanggan), perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dengan adanya citra yang positif dimata pelanggan, maka bisa menambah kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Menurut Pasuraman et.al., (1996) kepuasan ada pada diri konsumen, jika produk yang mempunyai citra positif dimata konsumen maka akan mendapatkan loyalitas konsumen. Sedangkan Che at. Al., (2013) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kepuasan juga mempunyai peran sebagai mediasi secara tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan. Menurut Ilhami (2013) citra perusahaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Faullant et. al., (2008) citra perusahaan semakin baik dan bisa meningkatkan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan yang baik juga.

2. Kompetensi Dosen

Menurut Moh. Uzer Usman (2007:4) kompetensi adalah gambaran kemampuan seseorang, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Kompetensi juga termasuk dasar seorang pegawai untuk melaksanakan kinerja secara superior. Sedangkan menurut Wibowo kompetensi merupakan kemampuan seseorang untuk mengerjakan suatu pekerjaan atau tugas yang dilandasi dengan keterampilan maupun pengetahuan serta didukung dengan sikap kerja yang dituntut dalam pekerjaan tersebut. Sedangkan Hubert K Rampersad (2006:188) mengatakan bahwa kompetensi merupakan kombinasi dari keterampilan (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan perilaku (*attitude*) yang bisa dilihat dan dilaksanakan serta diterapkan oleh karyawan untuk mencapai tujuan organisasi serta dapat untuk melihat prestasi karyawan terhadap organisasi. Rampesad juga menyatakan, kompetensi berorientasi pekerjaan adalah kemampuan perilaku atau kemampuan keterampilan yang telah diperlihatkan untuk memprediksi kinerja yang unggul dan baik dalam pekerjaan atau tugas tertentu. Jadi dari uraian tersebut dapat dikatakan kompetensi merupakan kemampuan seseorang dalam melaksanakan kerjanya

Menurut Undang-Undang No. 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen bahwa dosen merupakan pendidikan yang profesional dengan tugas mentransformasikan, mengembangkan serta menyebarluaskan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui pendidikan, penelitian dan

pengabdian kepada masyarakat. Berdasarkan Undang – Undang No. 14 Tahun 2015 kompetensi yang wajib dimiliki oleh seorang guru atau dosen ada empat:

1. Kompetensi pedagogik merupakan kemampuan guru atau dosen dalam pengelolaan pembelajaran peserta didik.
2. Kompetensi profesional merupakan kemampuan guru atau dosen dalam menguasai materi pelajaran secara luas dan mendalam.
3. Kompetensi kepribadian merupakan kemampuan pribadi guru atau dosen dalam berakhlak, dan menjadi suri tauladan (*role model*) peserta didik.
4. Kompetensi sosial merupakan kemampuan guru atau dosen dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dengan peserta didik, pendidik, tenaga kependidikan, orangtua atau wali dan masyarakat sekitar secara efektif.

Berdasarkan pemaparan tersebut, kompetensi dosen adalah kemampuan yang dimiliki dosen mencakup pengetahuan, keterampilan, penguasaan, nilai dan sikap yang digambarkan dalam kebiasaan bertindak dan berpikir dalam proses pembelajaran yang efektif dan efisien agar dapat menjadikan anak didik menjadi orang yang cerdas dan menjadi sumberdaya manusia yang potensial.

3. Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan Mahasiswa Kepuasan pelanggan merupakan konsep penting dalam konsep pemasaran dan penelitian pelanggan. Sudah menjadi pendapat umum jika pelanggan mendapatkan rasa puas ketika memakai sebuah produk atau jasa, maka pelanggan cenderung akan terus membeli produk atau menggunakan jasa tersebut serta memberitahukan kepada orang lain akan pengalaman dan kehandalan produk atau jasa tersebut. Begitu juga sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan akan beralih serta memberikan keluhan kepada produsen, pengecer bahkan akan memberikan cerita hal yang negatif kepada orang lain.

Menurut Kotler dan Susanto (2000) kepuasan didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang dalam memberikan perbandingan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapan yang dia inginkan. Hal ini juga didukung oleh Philip Kotler (2003) kepuasan merupakan perasaan seseorang baik itu rasa sedang atau kecewa yang muncul setelah seseorang tersebut merasakan dan membandingkan antara kinerja produk yang didapatkan dengan kinerja produk yang diharapkan. Sedangkan Husein Umar (2003) menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya.

Sedangkan Leon dan Kanuk (2004) *Customer satisfaction is the individual's perception or service in relation to his or her expectations* (Kepuasan pelanggan adalah persepsi seorang terhadap penampilan atau kinerja suatu produk atau jasa yang sesuai dengan harapannya). Adapun menurut Kotler dan Amstrong (2001) kepuasan pelanggan adalah "suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli". Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pembeli terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih senang.

Sedangkan Mowen dan Minor (2001) memberikan definisi bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap yang diberikan pelanggan terhadap barang atau jasa setelah pelanggan merasakan atau menggunakan barang atau jasa tersebut.

Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan persepsi, kesan, sikap serta perbandingan seseorang terhadap barang atau jasa yang telah digunakan atau dirasakan dengan harapan yang diinginkan terhadap barang atau jasa tersebut. Perbandingan ini untuk melihat seberapa besar rasa atau tidak puas yang dimiliki pelanggan. Apabila kinerja produk atau jasa yang dirasakan oleh pelanggan melebihi atau sama dengan harapan pelanggan, maka pelanggan merasa puas. Begitu juga sebaliknya, apabila kinerja produk atau jasa dibawah harapan pelanggan maka pelanggan merasa tidak puas.

4. Loyalitas Mahasiswa

Menurut Diah Damyanti (2006:37-38) Loyalitas merupakan fungsi psikologis dalam pemberian respon perilaku pembelian yang dapat terungkap secara terus menerus oleh seseorang dengan mengambil perhatian satu atau lebih merek alternatif dari sejumlah merek atau produk sejenis. Sedangkan menurut Griffin (2003:5) mengatakan bahwa loyalitas ditunjukkan dengan kondisi dari waktu dan mensyaratkan tindakan kurang dari dua kali. Olson dalam Trisno Mushanto (2004: 128) loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian secara berulang-ulang dan untuk menciptakan kesetiaan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini membutuhkan waktu yang lama karena harus melalui proses pembelian yang berulang-ulang.

Sedangkan menurut Ali Hasan (2008:83) mendefinisikan loyalitas pelanggan sebagai seseorang yang melakukan pembelian secara teratur dan berulang-ulang. Sedangkan pelanggan merupakan orang yang terus menerus serta berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memiliki produk atau mendapatkan jasa dan membayar produk atau jasa tersebut guna memuaskan keinginannya. Menurut Gremler dan Brown dalam Ali Hasan (2008:83) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang tidak hanya melakukan pembelian terhadap barang atau jasa berulang-ulang saja, tetapi pelanggan yang berkomitmen dan mempunyai sikap positif terhadap produk atau jasa tersebut, contoh dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli.

Sedangkan Griffin dalam Dian Dharmayanti (2006:38) mempunyai pendapat bahwa pelanggan yang loyal merupakan pelanggan yang sudah merasakan puas ketika memakai atau menggunakan barang dan jasa tertentu, sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan dan memberitahu barang atau jasa tersebut kepada orang lain. Sedangkan menurut Engel, Blackwell, Miniard dalam Ali Hasan (2008:84) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan adalah suatu kebiasaan dan sikap perilaku pembelian yang berulang-ulang yang mempunyai keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi terhadap pilihannya, dan mempunyai ciri dengan mencari informasi eksternal dan evaluasi alternatif. Sedangkan Dick dan Basu dalam Ali Hasan (2008:84) berpendapat bahwa definisi loyalitas merupakan suatu sikap yang lebih bersifat operasional dengan menyebutkan bahwa loyalitas sebagai sebuah konsep yang memberikan tekanan kepada tuntutan pembelian, proposi pembelian atau probabilitas pembelian.

Sementara menurut Alida Palilati (2004:76) menyatakan bahwa loyalitas terhadap produk atau jasa (merek) didefinisikan sebagai suatu sikap yang mempunyai rasa senang (favorable) terhadap suatu merek, yang dibuktikan dengan pembelian yang konsisten terhadap suatu merek tertentu sepanjang waktu. Seorang pelanggan yang loyal mempunyai prasangka mengenai apa yang dibeli dan dari siapa membelinya dan pembelian ini bukan peristiwa acak. Dari beberapa uraian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian pelanggan yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap produk atau jasa tertentu serta memberitahu kepada orang lain tentang produk atau jasa tersebut.

5. Pengembangan Hipotesis

Tidak ada perusahaan yang menginginkan citranya jelek dimata pelanggan, semua perusahaan pasti menginginkan citra yang baik. Begitu juga perguruan tinggi pasti menginginkan citra yang baik pula pada pandangan mahasiswa. Menurut Bill Canton dalam S. Soemirat & Adrianto. E (2007) memberikan pengertian citra sebagai kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Dengan terbentuknya citra yang baik dimata pelanggan, hal ini akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut, begitu juga sebaliknya apabila dimata pelanggan citra yang jelek, hal ini akan menurunkan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis penelitian yaitu:

H1 : Citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

Salah satu bauran pemasaran jasa adalah *people*. Dalam perguruan tinggi yang termasuk dalam *people* adalah dosen dan pegawai lainnya. Salah satu pengukuran kinerja

dosen adalah kompetensi. Kualitas perguruan tinggi dipandang baik jika kinerja dosen dan atmosfer akademik serta sarana prasarana juga baik. Perguruan tinggi dapat dipandang baik apabila dosen memiliki kompetensi-kompetensi yang telah ditetapkan dalam UU Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen yang meliputi kompetensi pedagogik, kompetensi sosial, kompetensi profesional dan kompetensi kepribadian. Menurut Isnaini et.al kompetensi yang tinggi akan menghasilkan kinerja yang optimal. Apabila terdapat dosen yang belum memenuhi kompetensi dengan baik maka akan menyebabkan mahasiswa merasa tidak puas bahkan dirugikan. Dosen yang memiliki kompetensi tinggi akan menghasilkan kegiatan belajar mengajar yang efektif sehingga mahasiswa merasa puas karena mampu memahami apa yang disampaikan oleh dosen. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis penelitian yaitu:

H2 : Kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa

Citra perguruan tinggi merupakan kesan dan perasaan seseorang terhadap perguruan tinggi tersebut. Menurut Sutisna (2007) dalam mengembangkan dan memperbaiki citra harus didasarkan pada realitas. Jika salah (citra tidak sesuai dengan realitas), dan kinerja baik, maka yang demikian itu adalah kesalahan dalam memberikan komunikasi kepada pelanggan. Tetapi sebaliknya, apabila citra itu benar dan kinerja jelek, itu berarti kesalahan dalam mengurus sebuah organisasi. Menurut Parasuraman *et al.*, (1996) menyatakan bahwa adanya kepuasan pada

diri konsumen, maka produk perusahaan dapat memperoleh citra baik dari konsumen dan pada gilirannya akan memperoleh loyalitas konsumen. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis penelitian yaitu:

H3 : Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa

Kompetensi dosen adalah kemampuan yang dimiliki dosen meliputi kemampuan pengetahuan, keterampilan, penguasaan, nilai dan sikap yang ditunjukkan dalam bertindak dan berpikir pada proses pembelajaran yang efektif dan efisien untuk menjadikan anak didik menjadi sumberdaya manusia yang potensial. Menurut Isnaini et.al kompetensi yang tinggi akan menghasilkan kinerja yang optimal. Apabila terdapat dosen yang belum memenuhi kompetensi dengan baik maka akan menyebabkan mahasiswa merasa tidak puas bahkan dirugikan. Sedangkan Inamullah Khan (2010) menyimpulkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki signifikansi pada loyalitas pelanggan, peningkatan kepuasan pelanggan akan membawa pelanggan yang lebih setia pada perusahaan. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis yaitu:

H4 : Pengaruh kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa

Citra perusahaan merupakan kesan seseorang terhadap perusahaan tersebut. Menurut Kotler (2010) membangun citra itu penting bagi kelangsungan perusahaan di masa mendatang, sedangkan Josee Bloemer *et al.*(2010) yang mengemukakan bahwa *image* mampu mempengaruhi kepuasan, begitu juga Fujun Lai *et al.* (2011) menyatakan citra memiliki pengaruh positif pada kepuasan konsumen. Jadi citra mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan Che *et al.* (2013) menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan juga juga berperan sebagai mediasi hubungan tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis yaitu:

H5 : Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening

Kompetensi dosen merupakan standar kompetensi profesional yang harus dimiliki dosen yaitu pengelolaan pembelajaran dan penguasaan akademik. Keberhasilan dosen seseorang bisa dilihat jika memenuhi seluruh kompetensi sesuai dengan undang-undang no 14 tahun 2005. Jika seluruh kompetensi telah tercapai berarti pekerjaan seseorang telah dianggap memiliki kualitas kerja yang baik. Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Power Panjaitan (2013) bahwa apabila siswa merasakan kinerja guru sesuai dengan harapan

mereka, maka siswa akan merasakan kepuasan dalam kegiatan belajarnya, dan tentu saja hal ini berpengaruh pada prestasi mereka, karena suasana belajar menjadi menyenangkan.. Sedangkan menurut Ilhami (2013) menyatakan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Berdasarkan penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kompetensi dosen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan kepuasan mahasiswa bisa menjadikan mediasi untuk menuju loyalitas mahasiswa. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis:

H6 : Pengaruh kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening

Banyak sekali teori yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. loyalitas pelanggan merupakan perilaku pembelian pelanggan yang dilakukan secara berulang-ulang terhadap produk atau jasa tertentu serta memberitahu kepada orang lain tentang produk atau jasa tersebut. Menurut Che *et al.* (2013) menemukan bahwa kepuasan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan juga juga berperan sebagai mediasi hubungan tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut Ilhami (2013) menyatakan bahwa citra perusahaan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Refleksi ini membawa peneliti untuk merumuskan hipotesis:

H7 : Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Kasiram (2008:149) menyatakan penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Penelitian ini bertujuan menguji hipotesis, untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan mengacu pada rumusan masalah yang telah ditetapkan serta tujuan penelitian yang diharapkan. Berdasarkan uraian tersebut maka dalam penelitian ini menempatkan citra kampus (X1) dan kompetensi dosen (X2) sebagai variabel bebas atau independen, serta kepuasan mahasiswa sebagai variabel intervening dan loyalitas mahasiswa sebagai variabel terikat atau dependen (Y)

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *simple random sampling* yaitu diambil secara acak dan memberikan peluang yang sama atau merata pada setiap populasi yang akan dijadikan sampel dan tidak memperhatikan tingkatan yang membedakan. Pengambilan jumlah sampel menggunakan tabel *Issac* dan *Michael* dengan tingkat kesalahan 10%. Hasil dari pengambilan sampel dengan taraf kesalahan 10% sebanyak 99.59677 dibulatkan menjadi 100 dari jumlah populasi 247.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berbentuk angka. Sedangkan untuk menguji pengaruh variabel intervening, digunakan metode analisis jalur. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda. Analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*causal*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori. Anak panah akan menunjukkan hubungan antar variabel. Persamaan dalam model ini terdiri dari dua tahap, yaitu:

$$Y_1 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_1 \text{ dan } Y_2 = b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e_2$$

Analisis jalur (*Path analysis*) dalam penelitian ini adalah kepuasan mahasiswa. Analisis jalur akan membantu dalam melihat besarnya koefisien secara langsung dan tidak langsung dari variabel terikat terhadap variabel bebas, dengan memperhatikan besarnya koefisien. maka bisa dibandingkan besarnya pengaruh secara langsung dan tidak langsung. Berdasarkan nilai koefisien tersebut, akan diketahui variabel mana yang memberikan pengaruh terbesar dari pengaruh terkecil terhadap variabel terikat.

D. HASIL DAN DISKUSI

1. Hasil

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan regresi berganda dua model dan analisis jalur

a. Analisis regresi model 1

Analisis regresi model 1 (satu) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel mediasi (*intervening*). Pada analisis regresi model 1 (satu) persamaan strukturalnya adalah:

$$\text{Kepuasan} = b_1 \text{ citra perguruan tinggi} + b_2 \text{ kompetensi dosen} + e_1$$

1. Uji Signifikansi parameter individual (uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh citra perguruan tinggi (X_1), kompetensi dosen (X_2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y_1) secara parsial. Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel citra perguruan tinggi dan kompetensi dosen secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa. Hasil analisis statistik uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Significance
1	(Constant)	1.184	1.072		1.104	.272
	Citra Perguruan Tinggi	.237	.068	.370	3.460	.001
	Kompetensi Dosen	.073	.024	.319	3.013	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas, maka persamaan regresi yang mencerminkan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

$$Y_1 = 1,184 + 0,237 X_1 + 0,073 X_2 + e_1$$

Berdasarkan pengujian SPSS 16 parameter individual, diperoleh hasil pengujian individual citra perguruan tinggi menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,237 dan juga signifikan pada $0,01 < 0,05$, maka **H1 diterima**. Dengan demikian citra

perguruan tinggi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Hasil pengujian individual kompetensi dosen menunjukkan *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,073 dan juga signifikan pada $0,03 > 0,05$ **maka H2 diterima**. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel kompetensi dosen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) model 1 (satu) ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel citra perguruan tinggi (X_1), kompetensi dosen (X_2) dan secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel kepuasan mahasiswa (Y_1). Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.629 ^a	.395	.383	1.14864

a. Predictors: (Constant), Kompetensi Dosen, Citra Perguruan Tinggi

Hasil analisis SPSS 16 model summary menunjukkan bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,383 atau 38,3%. Variabel kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan oleh citra perguruan tinggi dan kompetensi dosen sebesar 38,3% dan 61,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

b. Analisis regresi model II

Analisis regresi model 2 (dua) digunakan untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Pada analisis regresi model 2 persamaan strukturalnya adalah:

$$\text{Loyalitas mahasiswa} = b_1 \text{ citra perguruan tinggi} + b_2 \text{ kompetensi dosen} + b_3 \text{ kepuasan mahasiswa} + e_2.$$

1. Uji Signifikansi parameter individual (uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji pengaruh citra perguruan tinggi (X_1), kompetensi dosen (X_2) dan kepuasan mahasiswa (Y_1) terhadap loyalitas mahasiswa (Y_2) secara parsial. Uji parsial dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel citra perguruan tinggi, kompetensi dosen, dan kepuasan mahasiswa secara parsial terhadap loyalitas mahasiswa. Hasil analisis statistik uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 3. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.693	.698		2.425	.017
	Citra Perguruan Tinggi	-.016	.046	-.038	-.335	.735
	Kompetensi Dosen	.023	.016	.147	1.400	.165
	Kepuasan Mahasiswa	.418	.066	.611	6.302	<.001

a. Dependent Variable: Loyalitas Mahasiswa

Berdasarkan hasil uji SPSS di atas, maka persamaan regresi yang mencerminkan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah:

$$Y_2 = 1,693 + -0,016 X_1 + 0,023 X_2 + 0,418 X_3 + e_2$$

Berdasarkan pengujian SPSS 16 parameter individual, diperoleh hasil pengujian individual citra perguruan tinggi menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar -0,018 dan menunjukkan nilai signifikan pada $0,725 > 0,05$, maka **H3 ditolak**. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel citra perguruan tinggi tidak berpengaruh positif secara langsung terhadap loyalitas mahasiswa.

Hasil pengujian individual kompetensi dosen menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,023 dan menunjukkan signifikan pada $0,165 > 0,05$ maka **H4 ditolak**. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel kompetensi dosen tidak berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap loyalitas mahasiswa

Hasil pengujian individual kepuasan mahasiswa menunjukkan nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,418 dan menunjukkan signifikan pada $0,00 < 0,05$, maka **H7 diterima**. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif signifikan secara langsung terhadap loyalitas mahasiswa.

2. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) model II (dua) ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel citra perguruan tinggi (X_1), kompetensi dosen (X_2) dan kepuasan

Tabel 4. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.464	.447	.74296

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Mahasiswa, Kompetensi Dosen, Citra Perguruan Tinggi

mahasiswa (X3) secara keseluruhan dalam menjelaskan variabel loyalitas mahasiswa (Y). Hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut

Hasil analisis SPSS 16 model summary menunjukkan bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,447 atau 47,7%. Variabel loyalitas mahasiswa dapat dijelaskan oleh citra perguruan tinggi, kompetensi dosen dan kepuasan mahasiswa sebesar 47,7% dan 52,5% sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

c. Analisis Jalur (Path Analysis)

Pengujian penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda. Analisis regresi dilakukan sebanyak dua kali. Analisis regresi yang pertama untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel mediasi (*intervening*). Analisis regresi yang kedua untuk mengetahui kekuatan hubungan dari variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).

1. Interpretasi Analisis Jalur

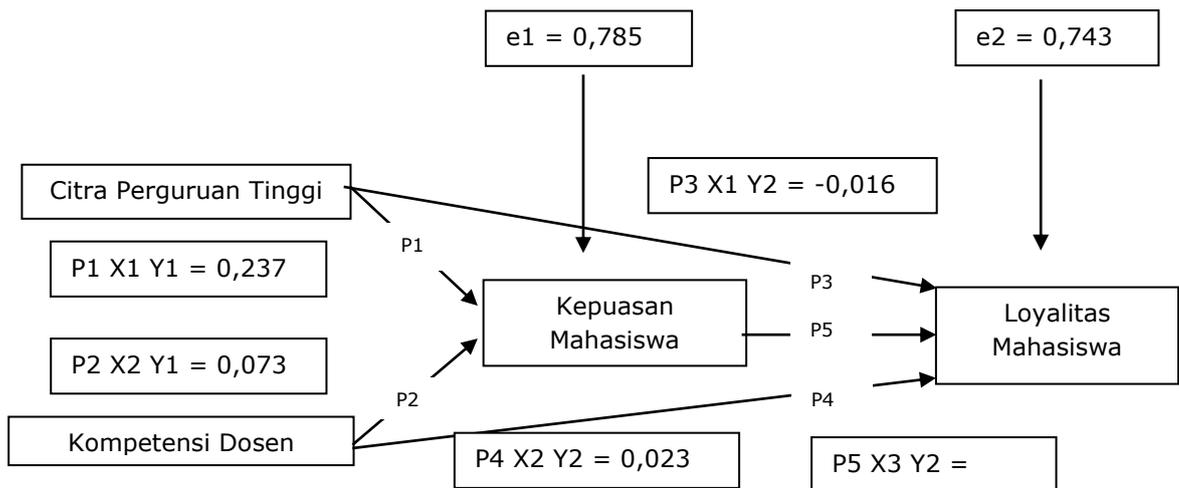
Berdasarkan uji t yang tampak pada tabel 1 diperoleh nilai *unstandardized coefficients beta* variabel citra perguruan tinggi sebesar 0,237. Nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,237 merupakan nilai *path* atau jalur P1. Nilai *unstandardized coefficients beta* variabel kompetensi dosen sebesar 0,073. Nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,073 merupakan nilai *path* atau jalur P2.

Berdasarkan uji t yang tampak pada tabel 3 diperoleh nilai *unstandardized coefficients beta* pada variabel citra perguruan tinggi -0,016. Nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar -0,016 merupakan nilai *path* atau jalur P3. Nilai *unstandardized coefficients beta* variabel kompetensi dosen sebesar 0,023. Nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,023 merupakan nilai *path* atau jalur P4. Nilai *unstandardized coefficients beta* variabel *kepuasan mahasiswa* sebesar 0,418. Nilai *unstandardized coefficients beta* sebesar 0,418 merupakan nilai *path* atau jalur P5.

Berdasarkan uji R^2 yang tampak pada tabel 2 diperoleh nilai $e_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,383} = \sqrt{0,617} = 0,785$. Pengaruh kausal empiris antara variabel (X1) Citra Perguruan Tinggi, (X2) Kompetensi Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa dapat digambarkan melalui persamaan struktural 1 (satu), yaitu: Kepuasan mahasiswa = b_1 Citra Perguruan Tinggi + b_2 Kompetensi Dosen + e_1 atau Kepuasan mahasiswa = $0,237$ Citra Perguruan Tinggi + $0,073$ Kompetensi Dosen + $0,785e_1$

Berdasarkan uji R^2 yang tampak pada Tabel 4 diperoleh nilai $e_1 = \sqrt{1 - R^2} = \sqrt{1 - 0,447} = \sqrt{0,553} = 0,743$. Pengaruh kausal empiris antara variabel (X1) Citra Perguruan Tinggi, (X2) Kompetensi Dosen dan Kepuasan Mahasiswa (X3) terhadap Loyalitas Mahasiswa dapat digambarkan melalui persamaan struktural 2 (dua), yaitu: Loyalitas mahasiswa = b_1 Citra Perguruan Tinggi + b_2 Kompetensi Dosen + b_3 Kepuasan Mahasiswa + e_2 atau Kepuasan mahasiswa = $-0,016$ Citra Perguruan Tinggi + $0,023$ Kompetensi Dosen + $0,418$ Kepuasan Mahasiswa + $0,743e_2$

Intepretasi dari hasil analisis jalur dapat dilihat pada gambar 1 berikut



Gambar 1 Diagram Alur citra PT, kompetensi dosen dan kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa

2. Pengaruh Tidak Langsung

Pada model jalur, penelitian ini akan menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung variabel *exogenous* terhadap variabel *endogeneous*.

a. Pengaruh Citra Perguruan Tinggi Terhadap Loyalitas Mahasiswa

Pengaruh Langsung ($X1Y2$) = - 0,016, pengaruh tidak langsung (melalui Kepuasan) $X1*Y1 = (0,237)*(0,418) = 0,0990$. Apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung atau ada variabel *intervening*. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa citra perguruan tinggi tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas mahasiswa. Hal ini disebabkan nilai *indirect effect* lebih besar dari *direct effect* (-0,016 > 0,0990). Dengan demikian **H5 diterima**

b. Pengaruh Kompetensi Dosen Terhadap Loyalitas Mahasiswa

Pengaruh Langsung ($X1Y2$) = 0,023, pengaruh tidak langsung (melalui Kepuasan) $X1*Y1 = (0,023)*(0,418) = 0,09614$. Apabila pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung maka dapat disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah tidak langsung atau ada variabel *intervening*. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kompetensi dosen tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas mahasiswa. Hal ini disebabkan nilai *indirect effect* lebih besar dari *direct effect* (0,023 > 0,09614). Dengan demikian **H6 diterima**

2. Diskusi

a. Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap kepuasan mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa pada IKIP PGRI Bojonegoro. Jadi citra perguruan tinggi merupakan salah satu faktor yang bisa memuaskan mahasiswa baik itu dari segi moralitas, manajemen, performa maupun pelayanan yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa maupun pelanggan lainnya. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Arwanda et.al (2014) dalam penelitian berjudul "*Kepuasan, Citra dan Loyalitas pada Lembaga Pendidikan Tinggi : Kasus di Akademi XYZ*". Dan Setiyawan (2016) dalam penelitian berjudul "*Membangun Citra Kampus Melalui Kepuasan Mahasiswa Berdasarkan Kualitas Pelayanan*". Keduanya menunjukkan hasil citra perguruan tinggi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

b. Pengaruh kompetensi dosen terhadap kepuasan mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dosen tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa pada IKIP PGRI Bojonegoro. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa variabel kompetensi dosen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Jadi dalam penelitian ini kompetensi dosen merupakan salah satu faktor yang bisa memuaskan mahasiswa baik itu dari indikator pedagogik, kepribadian, sosial dan

profesional. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Isnaini et.al dengan penelitian "*Pengaruh Kompetensi Dosen dan Fasilitas Belajar terhadap Kepuasan Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNS*" yang menunjukkan bahwa kompetensi dosen dan fasilitas belajar mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

c. Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas mahasiswa pada IKIP PGRI Bojonegoro. Hal ini disebabkan nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan. Jadi citra perguruan tinggi bukan merupakan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas mahasiswa baik itu dari segi moralitas, manajemen, performa maupun pelayanan yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa maupun pelanggan lainnya. Hasil penelitian ini bertolak belakang atau tidak sesuai dengan hasil penelitian Arwanda et.al (2014) dalam penelitian berjudul "*Kepuasan, Citra dan Loyalitas pada Lembaga Pendidikan Tinggi : Kasus di Akademi XYZ*". yang menunjukkan hasil citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa.

d. Pengaruh kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dosen memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas mahasiswa pada IKIP PGRI Bojonegoro. Hal ini disebabkan nilai signifikansi lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan. Jadi citra perguruan tinggi bukan merupakan salah satu faktor yang bisa mempengaruhi loyalitas mahasiswa baik itu dari segi moralitas, manajemen, performa maupun pelayanan yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa maupun pelanggan lainnya. Hasil penelitian ini bertolak belakang atau tidak sesuai dengan hasil penelitian Dyah Irawati (2013) dalam penelitian berjudul "*Pengaruh Kinerja Dosen dan Kualitas Layanan Administrasi Akademik terhadap Loyalitas Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta Kampus Sumber Arta* ", yang menunjukkan hasil kinerja dosen mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa.

e. Pengaruh citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel perantara

Kepuasan mahasiswa dalam model penelitian ini memediasi hubungan antara citra perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. Variabel kepuasan mengakibatkan variabel citra perguruan tinggi mempengaruhi variabel loyalitas mahasiswa secara tidak langsung. Hasil penelitian ini tidak didukung oleh dengan hasil Tjandra et.al, dalam penelitian berjudul "*Analisa Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe Surabaya* ", yang menunjukkan hasil kepuasan dianggap sebagai mediator yang kurang dalam memberikan dari citra perusahaan terhadap pembentukan loyalitas pelanggan.

f. Pengaruh kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa dengan kepuasan mahasiswa sebagai variabel perantara

Kepuasan Konsumen dalam model penelitian ini memediasi hubungan antara kompetensi dosen terhadap loyalitas mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro. Variabel kepuasan mahasiswa mengakibatkan variabel kompetensi dosen mempengaruhi variabel loyalitas mahasiswa secara tidak langsung. Hal ini sesuai dengan penelitian Albert Caruana yang berjudul "*Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction*", yang menunjukkan hasil kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan

g. Pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa

Kepuasan mahasiswa dalam model penelitian ini selain memediasi hubungan antara citra

perguruan tinggi terhadap loyalitas mahasiswa IKIP PGRI Bojonegoro, juga sebagai variabel yang dianalisis pengaruhnya terhadap loyalitas mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa pada IKIP PGRI Bojonegoro, sehingga semakin puas mahasiswa maka hal tersebut membentuk loyalitas mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Tjandra et.al (2014), dalam penelitian berjudul "*Analisa Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe Surabaya*". yang menunjukkan hasil kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Dari hasil penelitian ini bahwa citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan tidak mempunyai pengaruh secara langsung kepada loyalitas mahasiswa secara langsung. Sedangkan kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan tidak mempunyai pengaruh kepada loyalitas mahasiswa secara langsung. Adapun kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut, maka bisa diambil kesimpulan bahwa untuk mendapatkan mahasiswa yang loyal kepada perguruan tinggi maka diperlukan kepuasan dulu, dan salah satu faktor mahasiswa bisa puas dengan adanya citra perguruan tinggi yang baik dan dosen yang berkompeten.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan diatas, maka saran peneliti adalah: Mahasiswa yang loyal bisa mejadi promosi yang murah bagi perguruan tinggi, karena mahasiswa yang loyal akan memberikan mengatakan hal yang positif tentang perguruan tinggi dan memberikan rekomendasi untuk bisa memakai jasa perguruan tinggi, sedangkan untuk menciptakan mahasiswa yang loyal perlu menciptakan kepuasan kepada mahasiswa salah satu faktor yang bisa membuat mahasiswa puas yaitu citra perguruan tinggi dan dosen yang berkompeten, oleh karena itu perguruan tinggi harus menciptakan citra yang positif agar bisa menambah kesan yang baik dan menambah kepuasan kepada mahasiswa.

C. Implikasi, Keterbatasan dan Rekomendasi

1. Implikasi Penelitian

- a. Citra perguruan tinggi merupakan sebuah kesan yang berada dalam pikiran mahasiswa tentang perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening untuk menuju loyalitas mahasiswa. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya pimpinan perguruan tinggi untuk lebih memperhatikan citra perguruan tinggi untuk membangun kepuasan mahasiswa dan membentuk loyalitas mahasiswa
- b. Kompetensi dosen merupakan kemampuan seorang dosen diukur dengan kompetensi pedagogik, kompetensi kepribadian, kompetensi profesional dan kompetensi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi dosen mempunyai pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan kepuasan pelanggan merupakan variabel intervening untuk menuju loyalitas mahasiswa. Hal ini mengandung implikasi bahwa pimpinan perguruan tinggi untuk bisa meningkatkan kompetensi dosen baik dari aspek pengetahuan, perilaku dan keterampilan untuk bisa membentuk kepuasan mahasiswa dan membangun loyalitas mahasiswa
- c. Kepuasan mahasiswa merupakan persepsi, kesan, sikap serta perbandingan seseorang terhadap barang atau jasa yang telah digunakan atau dirasakan dengan harapan yang diinginkan terhadap barang atau jasa tersebut. Perbandingan ini untuk melihat seberapa besar rasa atau tidak puas yang dimiliki pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa. Hal ini mengandung implikasi bahwa pimpinan perguruan tinggi untuk bisa meningkatkan

kepuasan bukan hanya mahasiswa saja tetapi seluruh *stakeholder* perguruan tinggi sehingga bisa membentuk loyalitas mahasiswa terhadap perguruan tinggi.

2. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan sesuai prosedur dan metode penelitian, namun demikian masih banyak memiliki keterbatasan yaitu:

- a. Faktor –faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini hanya terdiri dari dua variabel yaitu citra perguruan tinggi dan kompetensi dosen, sedangkan masih banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan mahasiswa
- b. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas mahasiswa dalam penelitian ini hanya terdiri dari tiga variabel yaitu citra perguruan tinggi, kompetensi dosen dan kepuasan mahasiswa, sedangkan masih banyak faktor lain yang bisa mempengaruhi kepuasan mahasiswa
- c. Penelitian hanya dilaksanakan di satu lokasi yaitu IKIP PGRI Bojonegoro, sehingga hasil penelitian tidak bisa menunjukkan seluruh perguruan tinggi swasta.

3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, serta untuk lebih meningkatkan citra positif perguruan tinggi, kompetensi dosen, kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa maka selanjutnya peneliti menyampaikan rekomendasi sebagai berikut:

- a. Kepada pimpinan perguruan tinggi agar membentuk citra positif perguruan tinggi dan dalam pandangan mahasiswa dan seluruh stakeholder, dan juga meningkatkan kompetensi dosen sehingga bisa meningkatkan kepuasan mahasiswa dan membentuk loyalitas mahasiswa
- b. Kepada seluruh dosen untuk selalu meningkatkan kompetensinya dari seluruh aspek baik pedagogik, profesional, kepribadian dan sosial sehingga bisa meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Arwanda, Hartoyo & Sri. (2014). *Kepuasan, Citra dan Loyalitas pada Lembaga Pendidikan Tinggi: kasus di Akademi XYZ*
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17 No. 2, hlm. 114-126
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml, Valerie A. (1996). *Services Marketing*. Edisi1. MCGraw-Hill, Boston
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction, *European Journal of Marketing*, Vol 36 No. 7/8
- Choi Sang Long, Zaiton Ibrahim, Tan Owee Kowang. (2014). An analysis on the relationship between lecturers competencies and students satisfaction. *International Education Studies*
- Data Statistik Pendidikan Tinggi 2017 Kementrian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia, Jakarta 2018
- Dharmayanti, D (2006). Analisis dampak service performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1 No. 1, p. 37-38
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Hasan, A. (2008), *Marketing*. Media Utama, Yogyakarta
- Irawan, H. (2007). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. ElexMedia Komputindo, Jakarta

- Ilhami, F (2013). Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya), *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No. 3
- Irawati, D. (2013) Pengaruh Kinerja Dosen dan Kualitas Layanan Administrasi Akademik terhadap Loyalitas Mahasiswa pada Politeknik LP3I Jakarta Kampus Sumber Arta, *Jurnal Lentera Bisnis*, Vol. 2 No. 1
- Jasfar, F. (2005). *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Ghalia Indonesia, Bogor
- Kasali, R. (2003). *Manajemen Public Relations: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. PT. Pusaka Utama Grafiti, Jakarta
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2018). Analisis Perkembangan Industri Edisi II
- Kotler dan Susanto. (2000). *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Salemba Empat, Jakarta
- Kotler, Amstrong. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi duabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management, 11th Edition*. Prentice Hall.Inc, New Jersey
- Leon dan Kanuk. (2004). *Consumer behavior*, Pearson Prentice Hall, New Jersey
- Mowen dan Minor. (2002). *Perilaku Konsumen jilid 2, Edisi 5*. Erlangga, Jakarta
- Muhammad Kasiram. (2008). *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, UIN–Malang Press, Malang
- Mulyana, Deddy. (2008). *Komunikasi efektif : Suatu pendekatan lintas budaya*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Palilati, A. (2004). Pengaruh Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Wilayah Bugis , *Analisis*, Vol.1 No.2 hal. 65- 74
- Rampersad, H. K. (2005). Total Performance Scorecard. Cetakan ke 3. Victoy Jaya Abadi, Jakarta
- Setiyawan. (2016). Membangun citra kampus melalui kepuasan mahasiswa berdasarkan kualitas layanan. *Arthavidya*, Vol. 18 No. 2
- Sanjaya, S., & Pratiwi, N. (2018). Pengaruh People, Process dan Physical Evidence terhadap kepuasan atas pelayanan pada perbankan syariah di kota padang. *Jurnal lembaga keuangan dan perbankan Al-Masraf*, Vol. 3 No.2
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro (2007). *Dasar-Dasar Public Relations*. Rosdakarya, Bandung
- Sudjana. 2005. *Metode Statistika*. Bandung: Tarsito.
- Sugiono. (2015). *Statistika untuk penelitian*. Alfabeta, Bandung
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Tjandra O, Eveline G, Kaihatu T & Nugroho A, (2014). Analisa Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Perantara di Restoran Boncafe. Surabaya: *Jurnal Manajemen Perhotelan, Universitas Kristen Petra*
- Mushanto, T. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya, *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan* Vol. 6, No. 2, hal. 123 – 136

Umar, Husein. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Usman, M.U. (2007). *Menjadi Guru Profesional*. Remaja, Bandung

Undang - Undang No. 14 Tahun 2015 tentang Guru dan Dosen

Wibowo. (2004). *Akuntansi Untuk Bisnis: Usaha Kecil dan Menengah*. PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta