**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA LEMBAGA TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENDIDIKAN SERTA DAMPAKNYA PADA KEPUASAN MAHASISWA**

**( penelitian pada mahasiswa STIE Muhammadiyah Bandung semester VII, V, III, program studi Akuntansi dan Manajemen )**

Iis Dewi Fitriani

Rifqi Ali Mubarok

Program Studi Manajemen STIE Muhammadiyah Bandung

**ABSTRAK**

 Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Bandung pada program studi Akuntansi dan Manajemen dengan menggunakan 4 Variabel yaitu variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan, citra lembaga, sedangkan variabel perantara adalah keputusan pemakaian jasa pendidikan dan variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa.

 Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner tertutup yang terdiri dari pengantar dan isi kuisioner yang dibagi menjadi dua bagian yaitu 1. data responden yang terdiri dari usia, jenis kelamin, tahun masuk / semester. 2. Penilaian terhadap variabel kualitaas pelayanan, keputusan menggunakan jasa pendidikan, kepuasan mahasiswa. Skala pengukurannya menggunakan skala likert yang terdiri dari angka 1 mewakili sangat tidak setuju, angka 2 mewakili tidak setuju, angka 3 mewakili kurang setuju, angka 4 mewakili setuju, angka 5 mewakili sangat setuju.

 Banyaknya sampel yang terlibat dalam penelitian ini sebanyak 232 responden yang diambil dari 554 orang ( jumlah populasi ). Uji Validitas dilakukan terhadap 26 orang responden sebagai uji coba kuisioner, uji reliabilitas alat ukur yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menguji korelasi antar item ( inter – item correlation ) dengan menghitung nilai Alpha Cronbach.

 Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis verfikatif.Teknik analisa data yang digunakan adalah tekinik analisa korelasi untuk mengetahui derajat keeratan hubungan antar variabel penelitian dan teknik analisis jalur untuk mengetahui pengaruh ( baik langsung maupun tidak langsung ) variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam operasionalnya, analisis data tersebut dengan menggunakan software SPSS 21,00

 Dari hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan sebesar 59,0 % dan sisanya 41 % merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Terdapat pengaruh keputusan penggunaan jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 64,1% dan sisanya 35,9% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa Pendidikan dan Kepuasan Mahasiswa

***ABSTRACT***

*This research was conducted at the STIE Muhammadiyah Bandung on courses Accounting and Management. It used 4 variables; the independent variables which consist of Service Quality, Image of Institution intermediate variables are making the decision to use the services and the dependent variable is the student satisfaction.*

*The data is collected by using a closed questionnaire which is consisting of an introduction and the contents of the questionnaire. It is divided into two parts: 1. The respondent data which consists of age, sex, year of entry. 2. Assessment of the marketing mix variables, making the selection, student satisfaction. The measurement scale used is Likert scale which consists : 1 represents strongly disagree, 2 represents disagree, 3 represents less agree, 4 represents agree and 5 represents strongly agree.*

*The number of samples involved in this study were 232 respondents which is drawn from 554 people (total population). Validity test conducted on 26 respondents as a test of the questionnaire. Reliability test, measuring devices used in this research is to examine the correlation between items (inter - item correlation) by calculating the value of Cronbach Alpha.*

*The method used in this research is descriptive analysis and verificative analysis. The technique of data analysis used is correlation analysis to determine the degree of closeness of the relationship between the study variables and path analysis techniques to determine the influence (directly or indirectly) of the independent variable on the dependent variable. In operation, the data analysis is using SPSS 21,00 software.*

*The result of data processing is obtained as follows:*

1. *There is the influence of the service quality and image institution through decision to use the services simultaneously by 59.0% and the remaining 41% is contributed by other variables which are not examined in this study..*
2. *There is the effect of the decision to use the services of student satisfaction at 64,1% and the remaining 35,9% is contributed by other variables which is not examined in this study.*

*Keywords: Service quality, image of institution, decision to use the sevices and Student Satisfaction*

1. **PENDAHULUAN**

 Perguruan tinggi merupakan salah satu bentuk layanan jasa yang ditawarkan kepada masyarakat yang ingin meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, yang menjadi target pasar perguruan tinggi adalah lulusan SMU, SMK, Madrasah Aliyah yang akan melanjutkan pendidikannya yang tentu saja nantinya diharapkan mendapatkan kepuasan melalui proses pembelajaran yang nyaman dan ideal sampai mereka lulus dan mudah dalam mendapatkan pekerjaan. Sepeti halnya yang dinyatakan oleh Buchari Alma (2005) mengatakan bahwa : “ kualitas manusia merupakan modal dasar dan sekaligus muara keberhasilan dari upaya meningkatkan daya guna manusia melalui jasa pendidikan yang sangat diperlukan untuk menghadapi masa depan dunia global yang penuh tantangan “.

Munculnya banyak lembaga pendidikan perguruan tinggi terutama swasta yang menawarkan berbagai program yang menarik minat konsumen, menjadikan pemasar harus benar–benar memahami apa sebenarnya yang dibutuhkan oleh konsumen.

Kita perlu memahami perilaku konsumen untuk menentukan strategi pemasaran. Dengan mengenal konsumen akan dipahami karakteristik maupun bagaimana seorang pembeli membuat keputusannya serta berbagai faktor yang mempengaruhi perilaku mereka dalam mengambil keputusan atas pembelian suatu produk atau jasa (Kotler ; keller : 2009).

Hal tersebut diungkapkan pula oleh Kanuk dalam Ratih Hurriyati (2008) bahwa keputusan untuk mengkonsumsi atau memilih suatu produk / jasa didasarkan pada pengalaman yang diperoleh dari informasi dan pembelian sebelumnya.

Ketika konsumen akan memilih jasa pendidikan pun mereka dipengaruhi oleh banyak faktor. Pandangan mereka yang berbeda atas apa yang dihasilkan lembaga pendidikan tersebut menyebabkan ketidakmerataan peminat, tetapi mereka mempunyai tujuan yang sama yaitu ingin dilayani kebutuhannya sesuai dengan harapannya.

Banyak faktor yang berpengaruh atau menyebabkan terjadinya kecenderungan penurunan minat terhadap PTS, seperti belum optimalnya PTS untuk memberikan pelayanan. Jika PTS tidak berorientasi pada standar kualitas pelayanan yang baik, maka disinyalir PTS tersebut akan kalah bersaing dengan PTS lainnya bahkan mengalami keterpurukan. Pada saat ini kondisi persaingan PTS dapat dikategorikan dalam hyper competition dimana PTS tidak hanya bersaing dengan sesama PTS, tetapi juga dengan PTN.Seperti yang dinyatakan dalam jurnal Pusdalitbang Jabar Prov.go.id bahwa ada lima PTN yang besar di Jawa Barat, yakni ITB, Unpad, IPB, UPI dan UIN, sedangkan perkembangan PTS di lingkungan Kopertis Wilayah IV Jawa Barat menurut bentuknya Universitas 63 buah, Institut 9 buah, sekolah tinggi 192 buah, akademi 107 buah dan politeknik 30 buah.

Oleh karena itu Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Bandung (STIEMB) sebagai sebuah perguruan tinggi swasta (PTS) di Jawa Barat khususnya Kota Bandung harus berupaya untuk terus mempertahankan kepercayaan dari masyarakat pengguna pendidikan dan berusaha untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dengan didasarkan pada citra lembaga yang sudah lama terbentuk.

Dari penjelasan diatas maka dapat dirumuskan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang dilakukan di lingkungan lembaga STIE Muhammadiyah Bandung ;
2. Bagaimana citra lembaga yang dimiliki oleh STIE Muhammadiyah Bandung ;
3. Bagaimana pengambilan keputusan penggunaan jasa pendidikan di lembaga STIE Muhammadiyah Bandung ;
4. Bagaimana kepuasan mahasiswa di lingkungan lembaga STIE Muhammadiyah Bandung ;
5. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan di lembaga pendidikan tinggi di STIE Muhammadiyah Bandung ;
6. Seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan di lembaga STIE Muhammadiyah Bandung;
7. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan di lembaga STIE Muhammadiyah Bandung ;
8. Seberapa besar pengaruh keputusan penggunaan jasa pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa di lingkungan lembaga STIE Muhammadiyah Bandung.
9. **LANDASAN TEORI**

Lembaga pendidikan meskipun sifatnya nirlaba ( non profit organization ), namun tetaplah sebuah corporate yang menghasilkan produk yaitu jasa pendidikan. Lembaga pendidikan melayani stakeholder diantaranya siswa atau mahasiswa sebagai konsumen utama yang harus dipuaskan kebutuhan dan keinginannya melalui kinerja layanan yang prima, hal ini sesuai dengan pendapat Buchari Alma (2008:15) sebagai berikut “…pendidikan harus merupakan tanggung jawab bersama, pemerintah dan masyarakat. Jika masyarakat ikut membiayai pendidikan, tentu minta akuntabilitas, mengharapkan pendidikan dikelola secara profesional dengan mutu layanan prima “.

 Pengertian kualitas pelayanan menurut Olsen dan Wyckoff dalam Yamit (2004: 22) adalah : “Sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan”.

 Selanjutnya menurut pandangan Coller dalam Yamit (2004:22) menyatakan bahwa :

 “Kualitas jasa pelayanan ini lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan, kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik pada pelanggan (excellent) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk mempertemukan harapan konsumen (Standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (Standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan)”.

 Sedangkan kualitas pelayanan menurut Zeithaml dan Bitner adalah “ keinginan dan harapan dari pelanggan yang sesuai dengan persepsi mereka “.

 Dari pernyataan di atas dapat diijelaskan bahwa pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitasnya dapat dicapai secara konsisten dengan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal.

 Dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Fandi Tjiptono (2005: 33) terdiri dari :

1. Reliabilitas ( reliability ), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
2. Daya tanggap ( responsiveness ), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudahan memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan ( assurance ), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan para pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati ( empathy ), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman.
5. Bukti fisik ( tangibles ), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan.

**Citra Lembaga**

 Kotler dan Keller (2012:261), mengatakan bahwa citra perusahaan adalah : asosiasi dari inovasi, ide, keyakinan yang diperlihatkan perusahaan untuk mempengaruhi evaluasi pelanggan. Menurut Buchari Alma (2007:55) citra adalah impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik, mengenai perusahaan, mengenai objek, orang atau mengenai lembaga. Sedangkan Stough dalam David Wijaya (2012:101) membuat pernyataan mengenai citra lembaga pendidikan / sekolah / kampus, bahwa : “ citra lembaga pendidikan dapat diwujudkan dalam bentuk sikap dan perilaku yang secara positif atau negatif mempengaruhi kebijakan, program dan anggaran sekolah “.

 Menurut Soemirat & Adianto dalam Meriani Setiawan (2007:22) ada empat komponen dalam citra yaitu :

1. Persepsi : Adalah hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan satu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.
2. Kognisi : Adalah suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus memberikan informasi – informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
3. Motif : Adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan – kegiatan tertentu guna mencapai satu tujuan.
4. Sikap : Adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi berfikir dan merasa dalam menghadapi ide, objek, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara – cara tertentu.

**Keputusan Penggunaan Jasa**

Pengertian keputusan penggunaan jasa menurut pendapat Najmudin (2008:115)

Adalah sebagai berikut :“ Jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, pengalaman, proses dan kinerja. Implikasi bagi konsumen, ketidakpastian dalam pembelian jasa relatif tinggi dan konsumen merasakan risiko yang lebih besar dalam keputusan pembeliannya, terutama pembelian pertama terhadap suatu jasa “.

Menurut Hawkin dalam Ratih Hurriyati (2010:72) menyatakan bahwa : “ Untuk sampai pada keputusan membeli atau menggunakan jasa, pelanggan mulai dengan mengenali permasalahan yang dihadapinya, mencari informasi mengenai solusi pemecahannya, melakukan evaluasi terhadap alternatif – alternatif yang ada dan pada akhirnya melakukan pembelian “.

 Sedangkan Kotler (2007:235) menyatakan bahwa konsumen akan melakukan proses pengambilan keputusan pembelian dengan berdasarkan pada tahapan – tahapan : pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternati, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

 Selanjutnya Kotler dan Amstrong dalam Buchari Alma (2010:72), menyatakan bahwa : “ Untuk sampai kepada keputusan pembelian atau mengkonsumsi jasa, pelanggan memulai dengan mengenali permasalahan yang dihadapinya, mencari informasi mengenai solusi permasalahannya, melakukan evaluasi terhadap alternatif – alternatif yang ada, dan akhirnya melakukan pembelian “.

**Kepuasan Pelanggan**

 Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler,et al dalam Efendi (2010:69 )

“kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ( atau hasil ) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya “.

 Sehingga apabila tingkat kepuasan pelanggan tinggi setelah mengkonsumsi suatu merek produk atau jasa, dikarenakan kualitas produk yang dirasakan sama atau melebihi harapannya, Namun, konsumen akan merasa tidak puas apabila kenyataan yang dirasakannnya lebih rendah daripada dibandingkan dengan harapannya.

 Di dalam jasa lembaga perguruan tinggi, yang menjadi pelanggan atau konsumennya diantaranya adalah mahasiswa.

 Pelayanan prima dilakukan untuk memuaskan pelanggan. Dalam ilmu manajemen pemasaran, kepuasan menjadi tolok ukur keberhasilan sebuah produk.

 Dengan demikian diharapkan setiap organisai / lembaga atau perusahaan harus selalu mengukur kepuasan pelanggan agar dapat memperbaiki kinerja yang lebih baik.

1. **Metode Penelitian**

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif karena tujuannya adalah untuk memberikan gambaran keterkaitan variabel penelitian dan menjawab permasalahan penelitian. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuisioner yang merupakan suatu alat yang berisi daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis disusun berdasarkan variabel yang akan diteliti.

 Jumlah unit sampel penelitian ini ditetapkan melalui rumus Slovin dan pengambilan sampel digunakan taraf kesalahan sebesar 5%, adapun rumusnya sebagai berikut :

$$\begin{matrix}n&=\end{matrix}\frac{N}{1+N(e)^{2}}$$

Dimana :

N = Ukuran populasi

n = Ukuran sampel

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan yang dapat di tolelir ( e = 0,05 )

$\begin{matrix}n&=\end{matrix}\frac{554}{1+554(0,05)^{2}}=232$

 Selanjutnya, jumlah unit sampel sebanyak 232 orang ini, akan diambil dalam 3 angkatan / semester, dengan memakai proportionate stratified random sampling sebagai berikut : semester VII 80 orang, semester V 81 orang, semester III 71 orang.

 Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, kuisioner, dan observasi. Pengujian instrumen dilakukan dengan pengujian validitas dan reliabilitas.

 Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Path Analysis atau analisis jalur yaitu untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

 Analisis jalur adalah suatu teknik pengembangan dari regresi linier ganda. Teknik ini digunakan untuk menguji besarnya sumbangan ( kontribusi ) yang ditujukan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel X1, X2, terhadap Y serta dampaknya terhadap Z. ( <https://teorionline.wordpress.com> )

 Istilah yang biasa digunakan dalam analisis jalur adalah variabel eksogenus yang merupakan variabel penyebab ( X ), Variabel intervening yang merupakan variabel antara ( Y ), variabel endogenus yang merupakan variabel ( Z ) dan variabel residu atau variabel eksogenus implisit ( € 1 dan €2 ) yang merupakan gabungan faktor – faktor lain di luar X, kekeliruan pengukuran maupun komponen yang sifatnya tidak menentu. Besarnya pengaruh langsung ( relative ) dari suatu variabel eksogenus ( variabel independen ) ke variabel intervening ( variabel antara ) dan besarnya pengaruh langsung ( relative ) dari variabel intervening ( variabel Antara ) ke variabel dependen dinyatakan oleh besarnya nilai numerik Koefisien Jalur ( Path Coefficient ) dari eksogenus tersebut ke endogenusnya. Adapun model persamaan analisis jalur adalah sebagai berikut :

* Model 1 : Y = ρyx1X1 + ρyx2X2 + €1, dan
* Model 2 : Z = ρzyY + €2

Langkah – langkah yang ditempuh dalam analisis jalur adalah sebagai berikut :

1. Menghitung dan menyusun matrik koefisien korelasi guna mengetahui keeratan hubungan korelasional antar variabel eksogen (independen).
2. Menghitung koefisien jalur dengan metode kuadrat terkecil ( Least Squares )
3. Menghitung koefisien determinasi
4. Menghitung koefisien jalur epsilon yang tidak diteliti melalui rumus

$P\_{y }$€ = $\sqrt{1-R^{2 }} y(X\_{1}X\_{2})$

 Sebelum mengambil keputusan mengenai hubungan kausal dalam jalur, terlebih dahulu dilakukan uji keberartian ( signifikansi ) untuk setiap koefisien jalur yang telah dihitung. Skala pengukuran baik pada variabel penyebab maupun pada variabel akibat harus sekurang – kurangnya interval. Dengan Succession Interval Methods, skala ordinal dapat ditransformasikan ke dalam skala interval (MSI) dengan langkah – langkah :

1. Tentukan skala sikap yang akan diukur
2. Tentukan berapa responden yang memperoleh skor yang telah ditentukan
3. Tentukan proporsi komulatif
4. Dengan mengikuti tabel distribusi normal standar bisa ditentukan Z yang diperoleh dari proporsi kumulatif.
5. Tentukan nilai densitas untuk Z pada proporsi kumulatif
6. Tentukan nilai skala dengan menggunakan rumus :

Scale value =

kepadatan batas bawah – kepadatan batas atas

Daerah dibawah batas atas – daerah dibawah batas bawah

1. Mengubah skala dari ordinal ke interval yaitu scale value yang nilainya terkecil (harga negatif terbesar) dirubah menjadi sama dengan satu.

 Transformed scale value =

Y = SV + ( SV min ) + 1

1. **Pembahasan**

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 232 responden sebagai uji coba kuisioner, menunjukkan bahwa seluruh instrumen untuk mengukur variabel – variabel penelitian menunjukkan nilai yang valid ( seluruh nilai r untuk masing – masing variabel penelitian di atas r – tabel ), maka untuk selanjutnya instrumen pengukuran variabel – variabel ini dapat digunakan untuk pengumpulan data keseluruhan sesuai kebutuhan sampel.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Kuisioner | Tingkat Validitas ( R ) | R - Tabel | Keterangan |
| X1.1 | 0,581 | 0,30 | Valid |
| X1.2 | 0,559 | 0,30 | Valid |
| X1.3 | 0,730 | 0,30 | Valid |
| X1.4 | 0,637 | 0,30 | Valid |
| X1.5 | 0,480 | 0,30 | Valid |
| X1.6 | 0,715 | 0,30 | Valid |
| X1.7 | 0,729 | 0,30 | Valid |
| X1.8 | 0,649 | 0,30 | Valid |
| X1.9 | 0,635 | 0,30 | Valid |
| X1.10 | 0,572 | 0,30 | Valid |
| X1.11 | 0,645 | 0,30 | Valid |
| X1.12 | 0,671 | 0,30 | Valid |
| X1.13 | 0,515 | 0,30 | Valid |
| X1.14 | 0,548 | 0,30 | Valid |
| X1.15 | 0,357 | 0,30 | Valid |
| X1.16 | 0,866 | 0,30 | Valid |
| X1.17 | 0,868 | 0,30 | Valid |

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Lembaga ( X2 )

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| X2.1 | 0,630 | 0,30 | Valid |
| X2.2 | 0,639 | 0,30 | Valid |
| X2.3 | 0,556 | 0,30 | Valid |
| X2.4 | 0,599 | 0,30 | Valid |
| X2.5 | 0,574 | 0,30 | Valid |
| X2.6 | 0,699 | 0,30 | Valid |
| X2.7 | 0,549 | 0,30 | Valid |
| X2.8 | 0,311 | 0,30 | Valid |
| X2.9 | 0,434 | 0,30 | Valid |
| X2.10 | 0,589 | 0,30 | Valid |
| X2.11 | 0,421 | 0,30 | Valid |
| X2.12 | 0,715 | 0,30 | Valid |
| X2.13 | 0,486 | 0,30 | Valid |
| X2.14 | 0,707 | 0,30 | Valid |
| X6.15 | 0,480 | 0,30 | Valid |

 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pendidikan ( Y )

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Kuisioner | Tingkat Validitas ( R ) | R – Tabel | Keterangan |
| Y.1 | 0,456 | 0,30 | Valid |
| Y.2 | 0,778 | 0,30 | Valid |
| Y.3 | 0,350 | 0,30 | Valid |
| Y.4 | 0,738 | 0,30 | Valid |
| Y.5 | 0,564 | 0,30 | Valid |
| Y.6 | 0,608 | 0,30 | Valid |
| Y.7 | 0,604 | 0,30 | Valid |
| Y.8 | 0,738 | 0,30 | Valid |
| Y.9 | 0,507 | 0,30 | Valid |
| Y.10 | 0,813 | 0,30 | Valid |
| Y.11 | 0,599 | 0,30 | Valid |
| Y.12 | 0,512 | 0,30 | Valid |
| Y.13 | 0,655 | 0,30 | Valid |
| Y.14 | 0,419 | 0,30 | Valid |
| Y.15 | 0,370 | 0,30 | Valid |
| Y.16 | 0,477 | 0,30 | Valid |
| Y.17 | 0,394 | 0,30 | Valid |

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasaan Mahasiswa ( Z )

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Item Kuisioner | Tingkat Validitas ( R ) | R - Tabel | Keterangan |
| Z.1 | 0,475 | 0,30 | Valid |
| Z.2 | 0,592 | 0,30 | Valid |
| Z.3 | 0,437 | 0,30 | Valid |
| Z.4 | 0,338 | 0,30 | Valid |
| Z.5 | 0,429 | 0,30 | Valid |
| Z.6 | 0,857 | 0,30 | Valid |
| Z.7 | 0,465 | 0,30 | Valid |
| Z.8 | 0,466 | 0,30 | Valid |
| Z.9 | 0,454 | 0,30 | Valid |
| Z.10 | 0,489 | 0,30 | Valid |
| Z.11 | 0,466 | 0,30 | Valid |
| Z.12 | 0,778 | 0,30 | Valid |
| Z.13 | 0,664 | 0,30 | Valid |
| Z.14 | 0,718 | 0,30 | Valid |
| Z.15 | 0,599 | 0,30 | Valid |
| Z.16 | 0,808 | 0,30 | Valid |
| Z.17 | 0,643 | 0,30 | Valid |

Pengukuran reliabiltas menggunakan rumus Alpha dan teknik perhitungannya menggunakan SPSS release 21,00.

 Dari hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan metode alpha cronbach, didapat hasil sebagai berilkut :

Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Variabel | Tingkat Reliabilitas ( R ) | R - Tabel | Keterangan |
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | 0,920 | 0,70 | Reliabilitas |
| 2 | Citra Lembaga (X2) | 0,948 | 0,70 | Reliabilitas |
| 3 | Keputusan menggunakan Jasa Pendidikan (Y) | 0,833 | 0,70 | Reliabilitas |
| 9 | Kepuasan Mahasiswa (Z ) | 0,764 | 0,70 | Reliabilitas |

**Hasil Analisis Deskriptif**

 Permasalahan dalam penelitian ini, variabel yang akan dianalisis deskriptif terdiri atas :variabel bebas (X) yang terdiri dari kualitas pelayanan (X),citra lembaga (X2), variabel intervening (Y) yaitu keputusan penggunaan jasa pendidikan dan variabel terikat (Z) yaitu kepuasan mahasiswa.

Rekapitulasi Skor Rata – Rata Variabel Penelitian

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **VARIABEL** | **SKOR RATA - RATA** | **KATEGORI** |
| Kualitas pelayanan ( X1 ) | 2,94 | Cukup Baik |
| Citra lembaga ( X2 ) | 3,20 | Cukup Baik |
| Keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) | 3,44 | Baik |
| Kepuasan Mahasiswa ( Z ) | 3,36 | Cukup Baik |

 Berdasarkan analisis deskrptif menunjukkan bahwa pernyataan responden mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan dan dirasakan oleh responden yang menjadi sampel penelitian di STIE Muhammadiyah Bandung berada dalam kategori **cukup baik** yaitu sebesar 2,94. Sedangkan hasil analisis deskriptif mengenai citra lembaga yang melekat pada nama lembaga STIE Muhammadiyah Bandung secara keseluruhan berada dalam kategori yang **cukup** **baik**  yaitu sebesar 3,20.

 Dari hasil analisis deskriptif mengenai variabel keputusan penggunaan jasa pendidikan secara keseluruhan berada dalam kategori **baik** dengan skor 3,44 dan kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa STIE Muhammadiyah Bandung berada dalam kategori **cukup baik** dengan skor 3,36.

**Hasil Analisis Verifikatif**

 Dalam path analysis ( analisis jalur ) disyaratkan terdapat hubungan diantara variabel bebas ( X1, X2 ) dimana hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasinya. Perhitungan analisis korelasi antar variabel tersebut dianalisis dengan menggunakan Pearson Product Moment, yaitu untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antar variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini. Perhitungan ini menggunakan SPSS 21,00 dengan hasil sebagai berikut :

|  |
| --- |
|  **Correlations** |
|  | X1 | X2 |
| X1 | Pearson Correlation | 1 | ,382\*\* |
| Sig. (2-tailed) |  | ,000 |
| N | 232 | 232 |
| X2 | Pearson Correlation | ,382\*\* | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 |  |
| N | 232 | 232 |
| \*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). |

Hasil menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan ( X1 ) dengan vaiabel citra lembaga ( X2 ) diperoleh nilai sebesar 0,382, yang menunjukkan mempunyai tingkat hubungan yang rendah tetapi searah artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) naik satu satuan, maka variabel citra lembaga ( X2 ) naik sebesar 0,382 atau sebaliknya.

**Analisis Jalur ( Path Analysis )**

Analisis jalur ( Path analysis ) digunakan untuk menguji besarnya kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel intervening serta untuk menguji besarnya kontribusi antara variabel intervening dengan variabel terikatnya.

**Pengaruh variabel bebas ( X1, X2 ) terhadap variabel intervening ( Y )**

Pengaruh parsial variabel kualitas pelayanan ( X1 ), citra lembaga ( X2 ) terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y )

|  |
| --- |
|  |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B |
| B | Std. Error | Beta | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 9,483 | 2,934 |  | 3,232 | ,001 | 3,702 | 15,264 |
| X1 | ,369 | ,045 | ,376 | 8,210 | ,000 | ,281 | ,458 |
| X2 | ,624 | ,053 | ,542 | 11,830 | ,000 | ,520 | ,727 |
| a. Dependent Variable: Y |

Pengaruh simultan variabel bebas terhadap variabel intervening Diketahui dari nilai koefisien determinasi (square multiple correlation ) yang merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel intervening terhadap variabel bebasnya.

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |
| R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | ,768a | ,590 | ,586 | 6,21120 | ,590 | 164,748 | 2 | 229 | ,000 |
| a. Predictors: (Constant), X2, X1 |

Pengaruh variabel intervening keputusan penggunaan

jasa pendidikan ( Y ) terhadap kepuasan mahasiswa (Z)

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. | 95,0% Confidence Interval for B |
| B | Std. Error | Beta | Lower Bound | Upper Bound |
| 1 | (Constant) | 9,383 | 2,504 |  | 3,747 | ,000 | 4,449 | 14,316 |
| Y | ,809 | ,040 | ,800 | 20,255 | ,000 | ,731 | ,888 |
| a. Dependent Variable: Z |

Kemudian pengaruh variabel intervening terhadap variabel terikat diketahui dari nilai koefisien determinasi ( Square multiple correlation ) yang merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel terikat terhadap perubahan variabel interveningnya.

|  |
| --- |
| **Model Summary** |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Change Statistics |
| R Square Change | F Change | df1 | df2 | Sig. F Change |
| 1 | ,800a | ,641 | ,639 | 5,86618 | ,641 | 410,271 | 1 | 230 | ,000 |
| a. Predictors: (Constant), Y |

|  |  |
| --- | --- |
| Variabel | Koefisien Jalur |
| Kualitas pelayanan ( X1 ) | 0,376 |
| Citra lembaga ( X2 )  | 0,542 |
| Keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) | 0,800 |

Dengan demikian dapat diketahui hasil perhitungan analisis jalur ( Path Analysis ) setiap variabel sebagaimana tampak pada gambar berikut :

X1

X2

€ = 0,410

R2=0,590

Z

R2=0,641

€ = 0,359

Y

0,376

0,542

0,800

0,382

Hasil Perhitungan Analisis Jalur

 Sehingga persamaan jalur yang diperoleh adalah :

 Y = 0,376 X1 + 0,542 X2 + £1

 Z = 0,800 + £2

Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Variabel Independen Terhadap Variabel Intervening

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidang langsung | Total |
| X1 | X2 |
| X1 | 0,141 | - | 0,077 | 0,219 |
| X2 | 0,294 | 0,077 | - | 0,371 |
| Total |  |  |  | 0,590 |

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat diperoleh hasil yang terkait dengan pengaruh variabel kualitas pelayanan ( X1 ) terhadap variabel keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) sebagai berikut : pengaruh langsung variabel X1 terhadap variabel Y sebesar 14% ( 0,376 x 0,376 = 0,141 ),pengaruh tidak langsung variabel X1 melalui variabel X2 terhadap variabel Y adalah 7,7% ( 0,376 x 0,542 x 0,382 = 0,077 ) sedangkan pengaruh langsung variabel X2 terhadap variabel Y sebesar 29,4% ( 0,542 x 0,542 =0,294 ), pengaruh tidak langsung variabel X2 melalui Variabel X1 terhadap variabel Y adalah 7,7% ( 0,542 x 0,376 x 0,382 ) sehingga perhitungan pengaruh langsung ( direct effect ) dan tidak langsung ( indirect effect ) terhadap variabel Y secara keseluruhan adalah 0,590 atau 59%, sedangkan faktor lain yang tidak diteliti tetapi turut mempengaruhi variabel keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) adalah sebesar 41%. Hasil perhitungan jalur menunjukkan bahwa pengaruh variabel keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) terhadap variabel kepuasan mahasiswa adalah sebesar 0,800 x 0,800 = 0,64 atau 64% dan sisanya faktor lain yang tidak diteliti tetapi turut mempengaruhi sebesar 0,36 atau 36%.

 Dalam pengujian hipotesis diperoleh hasil bahwa bahwa t hitung > t tabel yaitu 8,210 > 1,960 dan nilai signifikansi = 0,001 < 0,05 (α), maka Ho ditolak, dengan demikian kualitas pelayanan ( X1 ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) di STIE Muhammadiyah Bandung, untuk variabel citra lembaga ( X2 ) diperoleh hasil bahwa t hitung > t tabel yaitu 11,830 > 1,960 dan nilai signifikansi = 0,000 < 0,05 (α), maka Ho ditolak, dengan demikian citra lembaga ( X2 ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan ( Y ) di STIE Muhammadiyah Bandung, dalam uji hipotesis secara simultan diperoleh bahwa F hitung > F tabel yaitu 410,271 > 2,64 dan nilai signifikansi 0,000 maka Ho ditolak, sehingga terdapat pengaruh yang

signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap keputusan penggunaan jasa pendidikan di STIE Muhammadiyah Bandung.

1. **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pembahasan deskriptif dan pembahasan verifikatif pada penelitian ini , maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang dilaksanakan oleh STIE Muhammadiyah Bandung diaplikasikan melalui reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik,secara keseluruhan dipersepsikan oleh responden dalam interval jawaban cukup baik. Nilai rata – rata tertinggi terletak pada dimensi daya tanggap, sedangkan nilai rata – rata terendah terdapat pada dimensi bukti fisik.
2. Citra lembaga yang dimiliki oleh STIE Muhammadiyah Bandung, diaplikasikan melalui persepsi, kognisi, motif dan sikap, secara keseluruhan dipersepsikan oleh responden dalam interval jawaban cukup baik. Nilai rata – rata tertinggi terletak pada dimensi kognisi , sedangkan nilai rata – rata terendah terletak pada dimensi persepsi.
3. Keputusan penggunaan jasa pendidikan di STIE Muhammadiyah Bandung yang diaplikasikan melalui tahapan pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan penggunaan jasa secara keseluruhan telah dipersepsikan oleh responden di STIE Muhammadiyah dalam keadaan baik. Nilai rata – rata tertinggi terletak pada dimensi pengenalan masalah dan untuk nilai rata – rata terendah terletak pada dimensi pencarian informasi.
4. Kepuasan mahasiswa yang dirasakan di STIE Muhammadiyah Bandung secara keseluruhan telah dipersepsikan oleh responden dalam kategori cukup baik hal ini dengan dijabarkan melalui kinerja pihak lembaga dengan harapan dari responden.
5. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa secara parsial yaitu sebesar 21,9 % termasuk dalam kategori rendah.
6. Citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa yaitu sebesar 37,1 % termasuk dalam kategori rendah.
7. Kualitas pelayanan dan citra lembaga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa secara simultan yaitu sebesar 59,0 % dan sisanya sebesar 41% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti.
8. Keputusan penggunaan jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di STIE Muhammadiyah Bandung yaitu sebesar 64,1 %. dan sisanya sebesar 35,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan mahasiswa diantaranya ditentukan oleh keputusan penggunaan jasa pendidikan.
9. **Saran**

Temuan penelitian ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan terhadap pengembangan teori kualitas pelayanan , citra lembaga, keputusan penggunaan jasa dan kepuasan. Nilai penelitian ini dapat melengkapi literatur manajemen pemasaran, ketika dikombinasikan bersama – sama dapat menjadi atribut yang kuat,sehingga dapat digunakan dalam mengidentifikasi celah pasar guna pengembangan strategi memenangkan persaingan di industri jasa pendidikan.

**Daftar Pustaka**

Armstrong dan Kotler,2008.Prinsip – Prinsip Pemasaran jilid 1.Jakarta,Erlangga

Basu,Swastha ; Ibnu Sukotjo, 2013. Pengantar Bisnis Modern.Yogyakarta,Liberty

Buchari alma, ratih hurriyati, 2009. Manajemen corporate & strategi pemasaran jasa pendidikan fokus pada mutu dan layanan prima; penerbit buchari alma.

Buchari, Alma, 2005. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung, Alfabeta

\_\_\_\_\_\_\_, 2011. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta

Fandy, Tjiptono, 2009. *Manajemen Jasa. Yogyakarti*, E.V. Andi Offset

Jonathan, Sarwono, 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Garaha Ilmu

Kotler, Philip And Keller, Kevin L, (2009), *Marketing Management* ; 13th Edition, New Jersey ; Prentice Hall

\_\_\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Alih Bahasa Bob Sabran. Jakarta. Erlangga

\_\_\_\_\_\_\_. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid II*. Alih Bahasa Bob Sabran Jakarta. Erlangga

Mulyadi, Nitisusastro, 2013. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung, Alfabeta

Rambat, Lupiyoadi,2014.Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.Edisi 3.Salemba Empat.

Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani, A, 2009. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta, Salemba Empat.

Ratih, Hurriyati, 2010. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen.* Bandung, Alfabeta.

Ririn Tri Ratnasari ( 2011 ) Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa

Riduwan. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. 2013. Bandung, Alfabeta.

Riduwan ; Engkos Achmad Kuncoro, 2012. Analisis Jalur, Cara menggunakan dan memaknai. Bandung, Alfabeta.

Suharsimi, Arikunto, 2013. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta, Rineka Cipta.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung, Alfabeta

Saladin, Djaslim ,2006. Manajemen Pemasaran Analisis,

Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian. Bandung: CV Linda karya.

Yamit, Z. 2002, Manajemen Kualitas Produk dan Jasa, Ekonosia, Yogyakarta.