

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DAN WORDS OF MOUTH (WOM) PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS RIAU PEKANBARU

Recky Riandika Sayandra¹⁾

Zulkarnain²⁾

Samsir³⁾

¹⁾ Mahasiswa Program Pasca Sarjana Manajemen Universitas Riau

^{2,3)} Dosen Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Riau

Abstract. *This study aims to analyze the influence of service quality factors in the Graduate Program of Universitas Riau on student satisfaction and tendency of words of mouth among students of Graduate Program of Universitas Riau. Analysis of data influence between research variables using structural equation modeling (SEM) approach. SEM is a multivariate analysis used to analyze relationships among variables. One of the software that can be used is IBM SPSS Amos Version 21. Amos was chosen because of the ease in using graphic interface (Amos Graphic) to describe the structural model. Data were obtained from 139 respondents by filling out questionnaires. SEM model after experiencing several stages and modifications have met the criteria of goodness of fit with the value of each index are: (a) chi-square= 34,852; (b) cmin/df= 1,452; (c) probabilitas= 0,071; (d) GFI= 0,957; (e) AGFI= 0,905; (f) CFI= 0,977; (g) TLI= 0,956; dan (h) RMSEA= 0,057. By looking at the value of iritical, ratio regression weight more than 1.65 and p-value <0,05, it can be concluded that the service quality factor has a significant effect on the student satisfaction and on the factor of words of mouth, and also the student satisfaction factor also influence the factor of words of mouth. Furthermore Effect total influence of variable Quality of service to student satisfaction variable = 0,808 (80,8%) and to variable of Words of mouth = 0,403 (40,3%). While the total effect of Student Satisfaction variable to variable Words of mouth = 0,396 (39,6%). Then the direct influence of variable Quality of service to variable Words of mouth = 0,083 (8,3%) and indirect influence of variable Quality of service to variable of Words of mouth = 0,320 (32%).*

Keywords: *Service Quality, SEM, AMOS, Total Effect*

I. PENDAHULUAN

Kemajuan dunia pendidikan perguruan tinggi saat ini berkembang begitu pesat dan persaingan antar perguruan tinggi pun semakin ketat sehingga lembaga perguruan tinggi berlomba-lomba mengelola dunia pendidikan tinggi sedemikian rupa agar lembaga perguruan tinggi mampu menyelenggarakan pendidikan secara profesional sesuai dengan

tuntutan lingkungan eksternal yaitu masyarakat dan lingkungan internal yaitu para mahasiswa dan sivitas akademiknya. Sebagaimana diketahui bahwa perguruan tinggi adalah lembaga pendidikan yang dipercaya untuk menghasilkan sumberdaya manusia yang berkualitas dan berkemampuan dalam proses pembangunan dan kemajuan bangsa kedepan serta

untuk mampu bersaing di era globalisasi dengan kualitas sumber daya manusia yang semakin baik. Untuk tujuan tersebut diatas, saat ini semua perguruan tinggi di Indonesia telah berbenah diri dalam pengelolaan lembaga pendidikan tinggi mulai dari pembangunan di bidang fisik, membangun sarana dan prasarana pendidikan yang lebih baik, pembenahan proses belajar mengajar, peningkatan kualitas tenaga pengajar termasuk sistim pelayanan dan peningkatan kemampuan tenaga pelayanan di bidang administrasi akademik.

Persaingan dalam bidang pendidikan juga memaksa setiap penyelenggara pendidikan tinggi dituntut harus memperhatikan dan memberikan pelayanan yang terbaik yang berbeda dengan para pesaingnya. Hal ini ditunjukkan dalam persaingan merebut pasar yaitu mahasiswa yang tidak cukup hanya dengan mengandalkan mutu akademik semata, tetapi juga harus disertai dengan proses penyelenggaraan pelayanan yang berkualitas kepada mahasiswa sebagai konsumen. Dalam sektor jasa dikenal beberapa dimensi kualitas pelayanan seperti yang dikemukakan oleh Parasuraman, *et. al.*, (1988 : 23) yaitu dimensi berwujud (*tangible*), keandalan dalam menyampaikan jasa (*reliability*), ketanggapan dalam memberikan jasa (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) serta kemampuan untuk memberikan perhatian tulus pada pelanggan (*empathy*).

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Menurut Kotler (2009 : 177),

menyatakan bahwa “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Perguruan tinggi sebagai suatu lembaga penyedia jasa pendidikan dituntut dapat memberikan pelayanan yang mampu menciptakan kepuasan maksimal kepada masyarakat pengguna jasanya, yang pada gilirannya justru akan mampu mendorong kemajuan Perguruan Tinggi tersebut (Prasetyaningrum, 2009 : 8). Dalam hal ini, salah satu ukuran kinerja dari perguruan tinggi adalah kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa terkait dengan program dan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, tantangan besar bagi perguruan tinggi adalah mencari terobosan agar dapat mewujudkan kepuasan mahasiswa secara konsisten karena kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan yang dibutuhkan dalam hal ini akan menimbulkan minat dan kesediaan mahasiswa untuk merekomendasikan kepada masyarakat untuk memilih perguruan tinggi tersebut menjadi tempat untuk melanjutkan perkuliahan.

Kepuasan mahasiswa sebagai konsumen jasa perguruan tinggi diperoleh melalui pelayanan yang berkualitas yang diberikan perguruan tinggi dan sesuai dengan keinginan mahasiswa membuat mahasiswa merasa memiliki dan bertanggungjawab secara moral terhadap perguruan tinggi. Selain itu mahasiswa juga akan menyebarkan informasi yang positif dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) kepada teman, keluarga bahkan masyarakat

di sekitarnya tentang sistem dan mutu pelayanan yang diselenggarakan perguruan tinggi. Sebaliknya, ketidakpuasan akan direspon mahasiswa sebagai pengalaman yang buruk dan kemudian menceritakan pengalamannya secara negatif tentang kualitas pelayanan di perguruan tinggi ke banyak orang (*word of mouth* yang negatif).

Brown, *et. al.* 2009 : 1, (Arbainah, 2009 : 1), *Words of Mouth (WOM)* terjadi ketika pelanggan berbicara kepada orang lain mengenai pendapatnya tentang suatu merk, produk, layanan atau perusahaan tertentu pada orang lain. Apabila pelanggan menyebarkan opininya mengenai kebaikan produk maka disebut sebagai *WOM positif*, tetapi bila pelanggan menyebarkan opininya mengenai keburukan produk maka disebut sebagai *WOM negatif*. Dengan demikian peran mahasiswa menjadi sangat penting sebagai alat promosi dan penyebar informasi tentang kehidupan dan kegiatan perguruan tinggi dimana mereka melanjutkan perkuliahan. Oleh karena itu setiap kesan yang dialami mahasiswa terhadap pelayanan yang mereka terima dari perguruan tinggi menjadi penilaian tersendiri terhadap situasi dan kondisi perguruan tinggi. Di Indonesia secara umum terdapat dua jenis Perguruan Tinggi yaitu yang dikelola oleh pihak swasta atau Perguruan Tinggi Swasta (PTS) dan Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Walaupun sampai saat ini upaya mendapatkan mahasiswa bukan menjadi hal yang sulit bagi PTN karena dapat menarik sebanyak-banyaknya pelamar yang meminati tanpa harus melakukan promosi segegar PTS. Faktanya pada saat

ini PTN memang masih menjadi favorit karena lebih diminati oleh calon mahasiswa dilihat dari jumlah peminat yang cenderung meningkat setiap tahun dengan alasan status perguruan tinggi negeri yang masih dikenal memiliki nama baik dan biaya perkuliahan yang dianggap lebih terjangkau. Dari penelitian Abror (2008 : 1) dikemukakan bahwa di masa yang akan datang seperti yang terjadi di luar negeri, perguruan tinggi swasta dapat lebih diminati karena mampu memberikan pelayanan yang lebih baik sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat.

Ketika mahasiswa memasuki perguruan tinggi, maka proses pelayanan menjadi bagian yang interaksinya paling sering dilakukan dan dapat dirasakan langsung oleh mahasiswa seperti kondisi fisik bangunan kampus, tenaga pengajar serta kesopanan dan keramahan para pegawai administrasi dalam melayani kebutuhan mahasiswa, serta mau membantu mengatasi kesulitan yang berhubungan dengan bidang akademik. Hanaysha, *et. al.*, (2011 : 2), kualitas pelayanan dalam industri pendidikan dinyatakan sebagai keseluruhan evaluasi pelayanan yang diterimanya sebagai bagian dari pengalaman selama proses pendidikan, yang meliputi aktivitas selama di luar maupun di dalam kelas seperti ruangan kelas yang tersedia berdasarkan jenis kegiatan, interaksi pegawai dan mahasiswa, ketersediaan fasilitas yang mendukung pembelajaran dan hubungan dengan para pengajar.

Pada umumnya di setiap perguruan tinggi negeri, ketika mahasiswa menghadapi masalah dengan pelayanan yang tidak baik,

mahasiswa tidak tahu kemana harus melaporkan rasa ketidakpuasan atas pelayanan yang diterimanya sehingga terkadang masalah tersebut diceritakan kepada keluarga, teman, dan masyarakat. Efeknya sangat negatif bagi pihak perguruan tinggi jika terus dibiarkan dan tidak ditanggapi sesegera mungkin apalagi perguruan tinggi tidak memiliki sarana untuk menilai dan memperbaiki kesalahan yang berlangsung karena serta tidak memiliki saluran penyampaian keluhan bagi mahasiswa. Hal ini berbeda dengan Perguruan Tinggi Swasta yang sering menyediakan angket penilaian di setiap kegiatannya atas kualitas pelayanan yang dirasakan mahasiswa, baik yang diberikan staf administrasi maupun staf pengajar serta kotak saran mahasiswa demi perbaikan kualitas perguruan tinggi tersebut. Muhammaed, *et. al.*, (2010 : 2) menyatakan bahwa bentuk fisik (*tangible*) dari fasilitas yang tersedia di suatu institusi merupakan hal yang penting dalam menciptakan citra yang baik terhadap institusi tersebut.

Universitas Riau telah menghasilkan lulusan dari berbagai strata yaitu Doktor (S3), Magister (S2), Sarjana (S1) dan Diploma Empat (D4) setara S1, dan Diploma Tiga (D3). Dari tahun ke tahun UR lebih meningkatkan orientasinya pada pelayanan pendidikan yang berkualitas, melakukan penelitian-penelitian yang bermanfaat bagi ilmu pengetahuan, serta melakukan kegiatan sosial berupa pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu menyelenggarakan pendidikan, pengabdian penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

Sampai dengan tahun 2017 terdapat 28 program studi pascasarjana Universitas Riau dengan jumlah jumlah mahasiswa, jumlah dosen dan jumlah karyawan administrasi sebagai terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1. Program Studi Pascasarjana Universitas Riau

No	Program Studi	Mahasiswa	Dosen	Karyawan
1	Ilmu Lingkungan	314	14	5
2	Manajemen	530	40	11
3	Sosiologi	149	17	3
4	Ilmu Lingkungan S3	169	25	4
5	Ilmu Administrasi	209	26	7
6	Ilmu Politik	219	11	5
7	Akutansi	321	8	8
8	Ilmu Kimia S3	7	15	1
9	Administrasi Pendidikan	312	18	7
10	Agribisnis	95	8	2
11	Ilmu Pertanian	89	17	1
12	Matematika	135	12	3
13	Teknik Sipil	152	55	5
14	Teknik Kimia	37	14	2
15	Ilmu Kelautan S3	15	52	1
16	Ilmu Hukum	146	19	3
17	Ilmu Ekonomi	57	11	2
18	Fisika	44	12	1
19	Pendidik	70	16	2

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA DAN WORDS OF MOUTH (WOM) PROGRAM PASCASARJANA UNIVERSITAS RIAU

9	an Ekonomi			
2 0	Ilmu Komuni kasi	66	17	3
2 1	Pendidik an Kimia	35	12	2
2 2	Pendidik an Matemat ika	75	14	7
2 3	Ilmu Kelautan	86	40	1
2 4	Pendidik an Fisika	11	6	2
2 5	Pendidik an Biologi	46	9	5
2 6	Kimia	56	15	1
2 7	Pendidik an IPA	1	-	1
2 8	Pulmono logi	12	10	3
	TOTAL	3458	513	98

Sumber : <http://um.unri.ac.id>

Dikaitkan dengan masalah kualitas pelayanan yang diberikan terhadap mahasiswa pascasarjana Universitas Riau, penulis telah melakukan pra survei terhadap mahasiswa pascasarjana Universitas Riau yang dipilih secara acak sebanyak 30 mahasiswa. Dari hasil prasurvei diperoleh informasi bahwa sebanyak 16 mahasiswa pascasarjana menyampaikan keluhan atas fasilitas Program pascasarjana yang masih kurang memadai antara lain berupa fasilitas fisik seperti lapangan parkir yang kurang luas, aspalnya tidak mulus dan sering terjadi banjir ketika hujan. Selain itu, fasilitas toilet yang kurang bersih dan kurang jumlahnya, serta adanya letak gedung kuliah yang tidak strategis karena terpisah dari lingkungan Program Pascasarjana.

Respon negatif masih mendominasi tanggapan responden

untuk sikap pegawai dalam melayani mahasiswa. Salah satu bentuk respon negatif yang disampaikan mahasiswa yaitu adanya bentuk ketidakpuasan mahasiswa karena terasa masih adanya kesenjangan antara harapan dan kenyataan yang mereka alami dari kualitas pelayanan yang mereka terima. Ketidakpuasan ini ditunjukkan dengan sikap menginformasikan secara negatif tentang kekurangan fasilitas dan pelayanan yang tersedia di Program Pascasarjana kepada berbagai pihak lain. Kristianto (2011 : 29) menyatakan dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada konsumen melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Keluhan mahasiswa juga menyinggung kondisi pelayanan yang kurang baik yang diterima mahasiswa sehingga menyebabkan berkembangnya WOM negatif yang disampaikan mahasiswa ke masyarakat dengan menceritakan hal yang buruk tentang keadaan fakultas, jurusan dan para personelnya. Dampak lainnya yang timbul di kalangan mahasiswa adalah timbulnya sikap tidak bersedia merekomendasikan jurusan ketika ada kerabat, teman dan masyarakat yang bertanya tentang jurusan, atau sikap yang lebih ekstrim lagi yaitu memprovokatori untuk tidak memilih jurusan tersebut.

Fenomena diatas perlu dilakukan penelitian lebih lanjut karena penulis menganggap bahwa hasil prasurvei terhadap pendapat sebagian mahasiswa tentang kualitas pelayanan serta efeknya belum

mewakili kenyataan yang sebenarnya. Namun hasil pra survei tersebut di atas dapat menjadi petunjuk awal adanya permasalahan terhadap kualitas pelayanan yang masih dikeluhkan mahasiswa di Program Pascasarjana UR.

II. TELAAH PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Deming dalam Purnama (2006 : 10) mendefinisikan kualitas sebagai derajat keseragaman produk yang bisa diprediksi dan tergantung pada biaya rendah dan pasar. Sedangkan menurut Kotler (2009 : 143) bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Sejalan dengan definisi yang disampaikan oleh Kotler, Juran dalam Purnama (2006 : 10) mempersingkat definisi kualitas yaitu kesesuaian dengan pengguna guna memuaskan kebutuhan konsumen. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kotler dan Keller (2009 : 136), menyatakan bahwa konsumen menciptakan harapan-harapan jasa dari pengalaman masa lalu, komunikasi *word of mouth*, dan iklan. Konsumen membandingkan jasa yang dipersepsikan dan yang diharapkan. Setiap penelitian akademis yang dilakukan sebelumnya telah mengidentifikasikannya sebagai faktor kualitas jasa dalam menjaga keunggulan persaingan dan pengaruhnya dalam

mempertahankan hubungan dengan konsumen.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Menurut Kotler (2009 : 177), menyatakan bahwa “perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Sedangkan menurut Tse dan Wilton dalam Tjiptono (2003 : 102) mendefinisikan kepuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan di awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan. Sedangkan Engel, *et. al.*, dalam Tjiptono (2003 : 102) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Konsep Kepuasan Konsumen

Kotler (2009 : 177) menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan tidak

puas (*dissatisfied*). Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan puas (*satisfaction*). Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas senang, sehingga kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan (*need and want*) dengan apa yang diberikan (*given*).

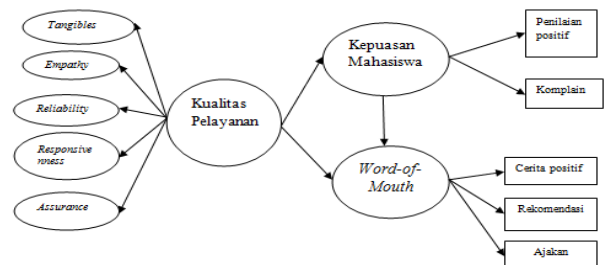
Word of Mouth (WOM)

Purnama (2006 : 33) mendefinisikan *Word of mouth* atau informasi dari mulut ke mulut (getok tular) merupakan pernyataan yang disampaikan orang lain di luar struktur perusahaan kepada orang lain (calon konsumen) tentang kualitas layanan yang telah diterimanya dari perusahaan tertentu. Informasi ini lebih efektif dan cepat menyebar karena orang yang menyampaikan biasanya orang yang memiliki kedekatan hubungan yang bisa dipercaya, seperti teman atau keluarga.

Penelitian yang dilakukan Palmer, *et. al.*, (2011 : 60) mengindikasikan hasil penelitian terhadap atribut yang paling menciptakan kepuasan bagi mahasiswa yaitu sikap para pegawai, kualitas fakultas, materi perkuliahan, dan fasilitas olahraga. Namun mahasiswa kurang puas dengan pelayanan kantin, lapangan parkir dan pelayanan tutor. Kepuasan atas atribut kualitas fakultas, ketersediaan instruktur, kualitas ruangan pertemuan, parkir, pelayanan tutor, dan fasilitas olahraga diprediksi dapat membentuk *word of mouth* yang positif. Sebaliknya, atribut keseluruhan kualitas fakultas, kualitas ruang pertemuan, pelayanan kantin, kegiatan mahasiswa, dan pelayanan tutorial diprediksi dapat

membentuk *word of mouth* yang negatif. Pada akhirnya, atribut yang diprediksi dapat membentuk *word of mouth* positif dan negatif adalah kualitas ruang pertemuan dan pelayanan tutorial. Namun dengan adanya *word of mouth* negatif mengarahkan universitas untuk memperbaiki ketidakpuasan mahasiswa menjadi kepuasan dengan memperbaiki atribut yang menjadi bagian dari kualitas pelayanan yang menyebabkan munculnya *word of mouth* negatif sehingga di masa yang akan datang mahasiswa akan merasa puas dan menyebarkan *word of mouth* yang positif.

Berdasarkan uraian di atas, untuk memperjelas hubungan antara variabel, maka dikemukakan kerangka pemikiran serta digunakan sebagai dasar bagi perumusan hipotesis, seperti terlihat pada Gambar 2.1.



Sumber : Parasuraman, *et al.* (1988 : 23), Kotler (2009 : 138), dan Lovelock, *et. al* (2011:206)

Gambar 2.1. Kerangka Penelitian

Hipotesis Penelitian dapat disimpulkan antara lain Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word-of-Mouth*, Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Word-of-Mouth*

III. METODE PENELITIAN

Populasi merupakan sekelompok orang atau objek yang mempunyai karakteristik tertentu

(Indriantoto 2009:115). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau dari berbagai program studi yang masih aktif kuliah dan tercatat sampai dengan tahun 2017. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 3.458 mahasiswa. Teknik *Maximum Likelihood Estimation* (ML) membutuhkan sampel berkisar antara 100 – 200 sampel. Pendapat lain mengemukakan bahwa Teknik *Maximum Likelihood Estimation* efektif untuk sampel ber kisar 150-400 sampel.. Dalam penelitian ini jumlah indikator yang digunakan adalah sebanyak 23 indikator anantara lain variabel kualitas pelayanan sebanyak 18 indikator, variabel kepuasan pelanggan sebanyak 2 indikator, variabel WOM sebanyak 3 indikator. Jumlah sampel minimal yang digunakan adalah Jumlah sampel = Jumlah indikator x 5 = 23 x5 = 115 responden.

Analisis SEM

Sebelum analisis kelayakan model dengan menggunakan Structural Equation Modelling, dilakukan uji validitas dan realibilitas data dengan program SPSS 17. Sedangkan analisis menggunakan analisis model persamaan struktural (SEM) dibantu dengan program statistik AMOS versi 21.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Kelayakan Model dengan Menilai Kriteria *Goodness-of-Fit*

Pengujian kelayakan model dengan menilai kriteria *goodness of fit* (GOF) dilakukan untuk mengetahui seberapa fit model

dengan data penelitian yang diperoleh.

Tabel 4.1. Hasil Rangkuman Pengujian Goodness of Fit Model Awal

Goodness of Fit (GOF) Index	Cut-off value	Hasil Model	Evaluasi Model
Chi-square	Semakin kecil semakin baik	127.988	
Probabilitas	>0,05	0,000	Belum fit
CMIN/DF	<2,00	3,878	Belum fit
GFI	>0,90	0,857	Belum fit
AGFI	>0,90	0,761	Belum fit
TLI	<0,90	0,723	Belum fit
CFI	>0,90	0,797	Belum fit
RMSEA	<0,08	0,144	Belum fit

Sumber : Data Olahan Sendiri, 2018

Intepretasi dan memodifikasi model

Sesuai dengan rekomendasi dari *Modification Indices* hasil output AMOS maka tindakan modifikasi yang direkomendasikan menghubungkan *unique variable* atau *error e4* dengan *unique variable* atau *error z1* yang akan dapat menurunkan nilai *chi-square* sebesar 14,548.

Tabel 4. 2. Hasil Pengujian GOF Hasil Modifikasi Pertama

Goodness of Fit (GOF) Index	Cut-off value	Hasil Model	Evaluasi Model
Chi-square	Semakin kecil semakin baik	100,526	
Probabilitas	>0,05	0,000	Belum Fit
CMIN/DF	<2,00	3,141	Belum Fit
GFI	>0,90	0,880	Belum Fit
AGFI	>0,90	0,794	Belum Fit
TLI	<0,90	0,794	Belum Fit
CFI	>0,90	0,853	Belum Fit
RMSEA	<0,08	0,125	Belum Fit

Sumber : Data Olahan Sendiri, 2018

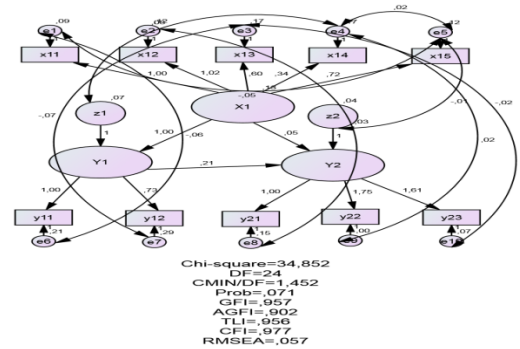
Penambahan koneksi antar variabel error ini dilakukan terus menerus hingga sampai pada akhirnya model dinyatakan fit. Setelah melakukan penambahan korelasi ke-9 kali yaitu terakhir dengan menghubungkan variabel error e4 dengan error e9 hasil rekomendasi MI pada tabel 4.3 dibawah ini :

Tabel 4. 3. Modification Indices Akhir Modification Indices (Group number 1 - Default model) Covariances: (Group number 1 - Default model)

	M.I.	Par Change
e4 <--> e9	4,665	-,024

Sumber : Data olahan Amos 21, 2018

Hasil modifikasi diatas diperoleh model yang dinyatakan fit dengan data yang ada seperti terlihat pada Gambar 4.2 dibawah ini



Gambar 4.2. Output Diagram Jalur Model SEM Hasil Modifikasi Terakhir

Output dari hasil akhir memodifikasi model telah berhasil merubah nilai *chi-square* dan parameter lainnya dalam *Goodness of fit*. Berdasarkan hasil pengujian GOF, model hasil modifikasi akhir telah dapat dikatakan fit dengan data yang ada karena nilai probabilitasnya > 0,050 yaitu 0,071

Tabel 4. 4. Hasil Pengujian GOF Hasil Modifikasi Terakhir

Goodness of Fit (GOF) Index	Cut-off value	Hasil Model	Evaluasi Model
Chi-square	Semakin kecil semakin baik	34,852	
Probabilitas	>0,05	0,071	Fit
CMIN/DF	<2,00	1,452	Fit
GFI	>0,90	0,957	Fit
AGFI	>0,90	0,902	Fit
TLI	<0,90	0,956	Fit
CFI	>0,90	0,977	Fit
RMSEA	<0,08	0,057	Fit

Sumber : Data hasil Olahan Penelitian, 2018

Menguji Hipotesis Penelitian

Setelah Model SEM dinyatakan fit maka pengujian hipotesis dapat dilakukan. Uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai C.R. (*critical ratio*) dan *p-value* yang terdapat pada *output* AMOS *regression weight* seperti terlihat pada tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5. Hasil Uji Regression Weight Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Esti mate	S. E.	C. R.	P	La bel
Y1 <-- X - 1	,261	,114	2,289	,022	par_8
Y2 <-- X - 1	,970	,179	5,43 2	** *	par_ 9
Y2 <-- Y - 1	,278	,076	3,65 8	** *	par_ 10
x1 <-- X 1 - 1	1,000				
x1 <-- X 2 - 1	1,025	,135	7,57 4	** *	par_ 1
x1 <-- X 3 - 1	,595	,121	4,93 8	** *	par_ 2
x1 <-- X 4 - 1	,342	,104	3,28 7	,00 1	par_ 3
x1 <-- X 5 - 1	,716	,125	5,71 7	** *	par_ 4
y1 <-- Y 1 - 1	1,000				
y1 <-- Y 2 - 1	,726	,127	5,71 6	** *	par_ 5
y2 <-- Y 1 - 2	1,000				
y2 <-- Y 2 - 2	1,753	,276	6,35 9	** *	par_ 6
y2 <-- Y 3 - 2	1,606	,244	6,56 9	** *	par_ 7

Sumber : Data output Amos 21, 2018

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai C.R. pada tabel dengan nilai kritisnya yang identik dengan nilai t hitung, yakni 1,65 pada tingkat signifikansi 5% (Santoso, 2007). Batasan

penerimaan hipotesis yang disyaratkan yaitu $CR > 1,65$ dan dengan $p < 0,05$, artinya jika nilai C.R. lebih besar daripada nilai kritisnya (1,65) dan nilai Probabilitasnya $< 0,05$, maka hipotesisnya ditolak artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Dari hasil output pada Tabel 4.5 *Regression Weight* dapat dilakukan uji hipotesis penelitian sebagai berikut:

Uji Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama menduga bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel x1 (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel y1 (Kepuasan Mahasiswa). Berdasarkan Tabel 4.5 *Regression Weight* diatas menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) dengan Kepuasan Mahasiswa (Y1) memiliki bobot regresi (*estimate*) sebesar 0,261 dengan nilai kesalahan standar (*standard error*) sebesar 0,114, dengan nilai batas kritis (*critical ratio*) sebesar 2,289 serta besarnya nilai *p-value* atau nilai probabilitas adalah sebesar 0,022. Dengan demikian kedua nilai tersebut sesuai dengan batasan penerimaan hipotesis yang disyaratkan yaitu $CR > 1,65,00$ dan $vp < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama dapat diterima yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa.

Uji Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua menduga terdapat pengaruh yang signifikan Kualitas Pelayanan (x1) terhadap variabel *Words of mouthh* (Y2).

Pada Tabel 4.5, terlihat bahwa nilai parameter estimasi adalah 0,970 dengan *standard error* 0,179 menghasilkan nilai *critical ratio* bernilai 5,432 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Nilai tersebut sesuai dengan batasan penerimaan hipotesis yang disyaratkan yaitu $CR > 1,65$ dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik hipotesis kedua dapat diterima. Berdasarkan hasil tersebut, berarti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan (x1) terhadap *Words of mouth* (Y2)

Uji Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga menduga terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Mahasiswa (y1) terhadap variabel *Words Of Mouth* (Y2). Pada tabel 4.5 nilai parameter estimasi adalah 0,278 dengan nilai *standard error* 0,076 menghasilkan nilai *critical ratio* atau *t* hitung bernilai 3,658 dan nilai *p-value* sebesar 0,000. Nilai parameter tersebut sesuai dengan batasan penerimaan hipotesis yang disyaratkan yaitu $CR > 1,65$ dan $p < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara statistik hipotesis ketiga dapat diterima dan berdasarkan hasil tersebut, berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepuasan Mahasiswa (y1) terhadap *Words of mouth* (Y2).

Menguji Efek Pengaruh Total, Efek Langsung Dan Efek Tidak langsung antar Variabel

Besarnya pengaruh masing-masing variabel laten secara langsung (*Standard direct effect*), maupun tidak langsung (*standardized indirect effect*) serta efek total (*standardized total effect*) dapat diuraikan sebagai berikut:

Nilai pada tabel *Standardized Total Effect* menunjukkan pengaruh total langsung dan tidak langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan output AMOS pada tabel 4.6 dibawah ini maka pengaruh total variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa (Y1) adalah sebesar 0,808 atau 80,8% sedangkan pengaruh total variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel *Words of mouth* (y2) adalah sebesar 0,403 atau 40,3%. Selanjutnya pengaruh total variabel Kepuasan mahasiswa terhadap variabel *Words of Mouth* adalah sebesar 0,396 atau 39,6%.

Tabel 4.6. Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	X1	Y1	Y2
Y1	,808	,000	,000
Y2	,403	,396	,000
y23	,329	,324	,818
y22	,403	,397	,882
y21	,206	,203	,512
y12	,415	,514	,000
y11	,561	,694	,000
x15	,604	,000	,000
x14	,288	,000	,000
x13	,456	,000	,000
x12	,733	,000	,000
x11	,774	,000	,000

Sumber : Data output Amos 21, 2018

Nilai pada tabel *Standardized Direct Effect* menunjukkan pengaruh langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan berdasarkan output AMOS pada Tabel 4.6 dibawah ini terlihat bahwa pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan (x1) terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa (Y1) adalah sebesar 0,808 atau 80,8% sedangkan

pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel *Words of mouth* (y2) adalah sebesar 0,083 atau 8,3%. Selanjutnya pengaruh langsung variabel Kepuasan mahasiswa terhadap variabel *Words of Mouth* adalah sebesar 0,396 atau 39,6%.

Tabel 4.7. Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	X1	Y1	Y2
Y1	,808	,000	,000
Y2	,083	,396	,000
y23	,000	,000	,818
y22	,000	,000	,882
y21	,000	,000	,512
y12	,000	,514	,000
y11	,000	,694	,000
x15	,604	,000	,000
x14	,288	,000	,000
x13	,456	,000	,000
x12	,733	,000	,000
x11	,774	,000	,000

Sumber : Data output Amos 21, 2018

Nilai pada tabel *Standardized In Direct Effect* menunjukkan pengaruh tidak langsung dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Dan dilihat pada Tabel 4.7 dibawah ini menunjukkan bahwa pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa (Y1) adalah sebesar 0,00 atau 0% sedangkan pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel *Words of mouth* (y2) adalah sebesar 0,320 atau 32%. Selanjutnya pengaruh tidak langsung variabel Kepuasan mahasiswa terhadap variabel *Words of Mouth* adalah sebesar 0,000 atau 0%.

Tabel 4.8 Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	X1	Y1	Y2
Y1	,000	,000	,000
Y2	,320	,000	,000
y23	,329	,324	,000
y22	,403	,397	,000
y21	,206	,203	,000
y12	,415	,000	,000
y11	,561	,000	,000
x15	,000	,000	,000
x14	,000	,000	,000
x13	,000	,000	,000
x12	,000	,000	,000
x11	,000	,000	,000

Sumber : Data output Amos 21, 2018

Menguji Nilai *Loading Factor*

Dari tabel 4.8 *Standardized Regression Weights*, nilai *estimate* yang merupakan nilai bobot faktor atau factor loading, dan terdapat 2 indikator yang memiliki kontribusi yang lebih rendah dalam menjelaskan konstruk latennya yaitu variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap *Words of Mouth* (Y2) dengan nilai bobot faktor = 0,083 dan variabel Kepuasan Mahasiswa (Y1) terhadap *Words of Mouth* (Y2) dengan nilai bobot faktor sebesar 0,396.

Tabel 4.9. Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

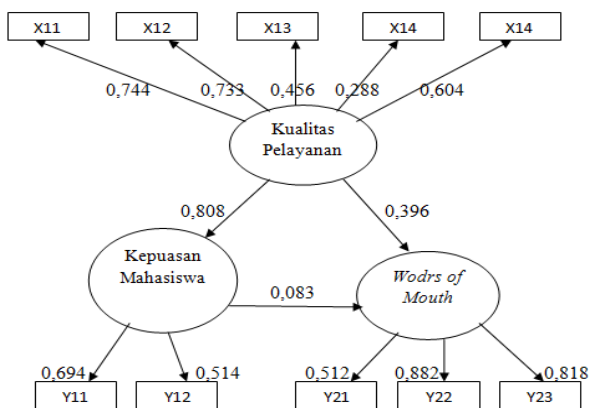
		Estimate
Y1	<--- X1	,808
Y2	<--- X1	,083
Y2	<--- Y1	,396
x11	<--- X1	,774
x12	<--- X1	,733
x13	<--- X1	,456
x14	<--- X1	,288

		Estimate
x15	<--- X1	,604
y11	<--- Y1	,694
y12	<--- Y1	,514
y21	<--- Y2	,512
y22	<--- Y2	,882
y23	<--- Y2	,818

Sumber : Data output Amos 21, 2018

Tabel 4.9 diatas juga menunjukkan kontribusi indikator laten terhadap variabel. Untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) terlihat bahwa indikator yang kontribusinya tinggi adalah dari indikator x11 = 0,774 dan tertendah adalah indikator x14 = 0,288. Untuk variabel Kepuasan Mahasiswa (Y1) terlihat indikator tertinggi kontribusinya adalah indikator y11 = 0,694 dan indikator yang terendah kontribusinya adalah indikator y12 = 0,514. Sedangkan untuk variabel *Words of Mouth*, indikator yang tertinggi kontribusinya adalah indikator y22 = 0,882 dan terendah adalah indikator y21 = 0,512

Hubungan antara variabel diatas dapat digambarkan dalam bentuk kerangka pemikiran seperti terlihat pada Gambar 4.3 dibawah ini :



Gambar 4.3. Hubungan Variabel Kualitas Pelayanan,

Kepuasan Mahasiswa, *Words of Mouth* dan Indikator-indikatornya

Pembahasan

Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dan didukung dengan serangkaian analisis data yang telah dilakukan untuk membuktikan kesahihan hipotesis-hipotesis tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa semua hipotesis pada penelitian ini diterima artinya variabel keulaitas Pelayanan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa, Variabel Kualitas Pelayanan juga berpengaruh terhadap variabel *Words of Mouth* dan variabel Kepuasan Mahasiswa berpengaruh terhadap variabel *Words of Mouth*. Hal tersebut akan diuraikan dan dibahas selengkapnya sebagai berikut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan UNRI khususnya pada program Studi Pascasarjana terhadap kepentingan yang dibutuhkan mahasiswa ternyata membawa pengaruh positif dan signifikan terhadap faktor Kepuasan Mahasiswa. Ini berarti bahwa kepuasan mahasiswa akan meningkat apabila adanya upaya-upaya untuk peningkatan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh lembaga Program Studi Pascasarjana terhadap kepentingan yang dibutuhkan mahasiswa.

Secara empirik berdasarkan nilai rata-rata jawaban responden ($=3,29$) dan nilai *factor loading* ($0,774$) terlihat bahwa indikator *tangibles* yaitu ketersediaan sarana dan prasarana yang lengkap dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa mendapat nilai tertinggi dan menjadi perhatian yang utama oleh responden. Sedangkan indikator *responsiveness* dengan nilai rata-rata jawaban responden sebesar $3,12$ dan nilai bobot faktor $0,288$ yaitu menyangkut sikap tanggap tenaga pelayanan dalam memberikan pelayanan mendapatkan perhatian yang rendah oleh responden. Disamping itu kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sangat tinggi dan signifikan terlihat dari nilai estimate pada Tabel 4.17 diatas yaitu sebesar $0,808$ atau $80,8\%$.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Words of Mouth

Hasil skor rata-rata jumlah responden terhadap indikator dalam variabel *Words of Mouth* menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang lebih tinggi untuk indikator bahwa mahasiswa akan merekomendasikan kepada pihak lain tentang Prodi Pascasarjana UNRI lembaga yang layak untuk melanjutkan pendidikan program pascasarjana. Secara empirik berdasarkan nilai rata-rata indikator merekomendasikan ($y22$) adalah sebesar $3,27$ sedangkan dari hasil bobot faktor nya adalah sebesar $0,882$.

Selanjutnya walaupun kontribusi variabel kualitas pelayanan kecil dan kurang signifikan terhadap variabel *Words of Mouth* yang tergambar dari nilai

estimate pada 4.17 diatas yaitu $0,083$ atau $8,03\%$ namun pengelola Prodi Pascasarjana tetap memberikan perhatian secara terus menerus terhadap gejala yang akan timbul akibat menyebarnya berita negatif dari mulut ke mulut akibat kondisi pelayanan di Prodi Program Pascasarjana UNRI.

Pengaruh Kepuasan Mahasiswa terhadap Words of Mouth

Faktor Kepuasan Mahasiswa terhadap hasil dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Prodi Pascasarjana Unri akan berpengaruh terhadap faktor *words of mouth*. Segala isu tentang kekurangan dan buruknya pelayanan yang diterima mahasiswa akan menimbulkan respon negatif dan keluhan yang pada akhirnya menjadi bahan pembicaraan dari mulut ke mulut antar mahasiswa, dan bahkan tidak jarang isu tersebut akan terbawa kepada masyarakat sehingga dampaknya cukup serius terhadap citra Prodi Pascasarjana Unri secara keseluruhan. Dari tabel 4.17 terlihat kekuatan kontribusi dan pengaruh langsung faktor kualitas pelayanan terhadap *words of mouth* yaitu sebesar $0,396$ atau $39,6\%$.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui langkah-langkah analisis pengaruh Kualitas pelayanan yang diberikan pada Program Studi Pascasarjana di lingkungan Universitas Riau Pekanbaru terhadap Kepuasan Mahasiswa serta pengaruhnya terhadap *Words of mouith* dikalangan mahasiswa tentang kualitas pelayanan yang

dialami para mahasiswa Pascasarjana Unri.

Analisis data hasil menggunakan pendekatan *Structural equation modeling* (SEM) dan digambarkan dalam model *structural equation modeling* untuk melihat apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa serta terhadap gejala *words of mouth* dikalangan mahasiswa. Langkah-langkah analisis dengan SEM diawali dengan pengembangan model secara teoritis, menyusun diagram jalur, memilih matrik input untuk analisis data, menilai identifikasi model struktural, menilai kriteria *Goodness-of-Fit*, hingga interpretasi dan modifikasi model.

Hasil uji hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada program studi Pascasarjana Unri sangat berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Pengaruh variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan tidak begitu signifikan terhadap variabel *words of mouth* di kalangan mahasiswa. Sementara itu tingkat kepuasan mahasiswa juga berpengaruh terhadap tindakan *words of mouth* dikalangan mahasiswa program Pascasarjana Unri.

Selanjutnya Efek total pengaruh variabel Kualitas pelayanan cukup besar terhadap variabel Kepuasan mahasiswa =0,808 (80,8%) dibandingkan terhadap variabel *Words of mouth* = 0,403 (40,3 %). Sedangkan efek total pengaruh variabel Kepuasan Mahasiswa terhadap variabel *Words of mouth* = 0,396 (39,6%). Kemudian efek langsung pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap

variabel *Words of mouth* = 0,083 (8,3%) dan pengaruh tidak langsung variabel Kualitas pelayanan terhadap variabel *Words of mouth* = 0,320 (32 %).

Ketiga variabel yaitu variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa dan *Words of mouth* merupakan variabel yang saling terkait satu dengan yang lain. Namun demikian faktor kuncinya adalah pada variabel kualitas pelayanan dengan pengertian apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa semakin baik maka kepuasan mahasiswa akan meningkat dan secara otomatis variabel *words of mouth* yang bersifat positif juga akan meningkat.

Saran

Berdasarkan hasil dan analisis data penelitian serta kesimpulan diatas maka dalam upaya meningkatkan kepuasan mahasiswa dan terhindarnya *words of mouth* yang negatif di kalangan mahasiswa menyangkut kondisi kualitas pelayanan yang diberikan oleh pengelola Prodi Pascasarjana, maka ke5 indikator yang terkandung dalam variabel Kualitas pelayanan sangat penting untuk diperhatikan, dievaluasi dan diperbaiki kearah yang lebih baik, dan penulis memberi saran sebagai berikut : 1. Pengelola Prodi Pascasarjana Unri harus lebih menyiapkan sarana pelayanan perkuliahan kepada mahasiswa mulai dari kapasitas ruang kuliah dan kecukupan perlengkapan belajar mengajar ditambah lagi dengan fasilitas umum lainnya seperti ruang tempat istirahat, lahan parkir kendaraan yang luas, penerangan dengan lampu-lampu serta pendinginan udara. 2. Pengelola Prodi Pascasarjana Unri juga harus mempersiapkan tenaga pelayanan

yang handal, yang sigap, dan cepat tanggap dalam menjalankan tugas pelayanan administrasi perkuliahan kepada mahasiswa yang didukung dengan kelengkapan peralatan kerja yang memadai. 3. Pengelola Prodi Pascasarjana Unri juga harus membina tenaga pelayanan supaya selalu ramah dan sopan serta memberikan rasa simpati dalam melayani kepentingan mahasiswa. 4.

Pengelola Prodi Pascasarjana Unri sudah seharusnya menciptakan sistem pelayanan perkuliahan berbasis teknologi informasi sehingga memudahkan mahasiswa dalam memperoleh semua kepentingan mahasiswa, termasuk didalamnya menentukan standard operasi pelayanan yang efektif dan efisien. 5. Penelitian ini masih terbatas pada pembahasan pengaruh faktor kualitas pelayanan yang terdapat pada Program Studi Mahasiswa Pascasarjana Unri terhadap tingkat Kepuasan Mahasiswa dan terhadap gejala *words of mouth* di kalangan mahasiswa. Penulis menyadari bahwa masih banyak variabel lain dilingkungan lembaga Universitas Riau yang bisa diteliti yang bisa

mempengaruhi tingkat kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu diharapkan penelitian berikutnya dapat lebih dikembangkan lagi oleh para peneliti lainnya

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P. dan Keller, K. L. 2007. *Manajemen Pemasaran I*. Jakarta: PT. Indeks
- Muhammad Mohsin Butt And Muhammad Aftab, 2012 Incorporating Attitude Towards Halal Banking In An Integrated Service Quality, Satisfaction, Trust And Loyalty Model In Online Islamic Banking Context, *International Journal of Bank Marketing* Vol. 31 No. 1
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithmal and Leonard L. Berry . 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64, No 1.