



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI NILAI
TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA
LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS PAMULANG**

TESIS

**UNIVERSITAS
Yossy Wahyu Indrawan
55111110002
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI NILAI
TERHADAP KEPUASAN SERTA IMPLIKASINYA PADA
LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS PAMULANG**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Pascasarjana Program
Studi Magister Manajemen

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Yossy Wahyu Indrawan

55111110002

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan serta Implikasinya pada Loyalitas Mahasiswa Universitas Pamulang

Bentuk Tesis: Penelitian/Kajian Masalah Organisasi Pendidikan


Nama : Yossy Wahyu Indrawan

NIM : 55111110002

Program : Magister Management

Tanggal : 28 Juni 2016

Mengesahkan
Pembimbing Utama



UNIVERSITAS
MERCUBUANA
(Prof. Dr. Ngadino Surip, MS)

Direktur Program Pascasarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



(Prof. Dr. Didik J. Rachbini)



(Dr. Augustina Kurniasih, ME)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan serta Implikasinya pada Loyalitas Mahasiswa Universitas Pamulang

Bentuk Tesis: Penelitian/Kajian Masalah Organisasi Pendidikan

Nama : Yossy Wahyu Indrawan

NIM : 55111110002

Program : Magister Management

Tanggal : 24 Juni 2016

Merupakan hasil studi sebagai karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 28 Juni 2016


METERAI
TEMPEL
100 30
7EEADF134648364
6000
ENAM RIBU RUPIAH
(Yossy Wahyu Indrawan)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul: pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi biaya terhadap kepuasan serta implikasinya pada loyalitas mahasiswa.

Tesis ini ditulis dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen pada Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta. Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam menyelesaikan karya ilmiah ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr Ngadino Surip MS, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan.
2. Dr. Rina Astini, SE, MM, selaku Penguji pada seminar proposal yang telah memberikan masukan agar penelitian ini menjadi lebih baik.
3. Dr. Rosalendro Eddy Nugroho, MM dan Dr. Ahmad Fachrodji selaku Ketua Ujian Sidang dan Dosen Penguji pada Sidang Tesis yang telah banyak memberikan koreksi sekaligus masukan guna perbaikan penelitian ini.
4. Prof Dr. Didik J Rachbini Msc. Ph.D. Direktur Program Pasca Sarjana, beserta

segenap jajarannya yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas belajar selama menempuh studi S2..

5. Dr. Augustina Kurniasih, ME, Ketua Program Studi yang telah memberikan segenap perhatiannya dalam mengakomodasi kebutuhan mahasiswa.
6. Istri tercinta, Suherni atas kerelaan, kesabaran dan kesetiiaannya hidup bersama denganku, yang telah membimbingku untuk menjadi lebih sabar, lebih baik dan lebih bijak dalam kehidupan.
7. Ibu, Bapak, serta Mba Ambar, Mas Kirno Bayu Sutriyono., yang telah banyak mendukung, memberi inspirasi, serta mendoakan.
8. Dosen Universitas Mercu Buana, yang menginspirasi untuk terus maju dan menyelesaikan masa perkuliahan dengan baik.
9. Staff administrasi Program Studi Magister Manajemen yang telah membantu masalah-masalah administrasi selama studi S2.
10. Akhirnya, terimakasih kepada semua pihak yang telah terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tesis ini. Semoga Allah SWT, selalu menggenggam kita untuk dapat menjadi makhlukNYA yang pandai berterimakasih (syukur-nikmat). Amiin.

Tangerang Selatan, 28 Juni 2016

Yossy Wahyu Indrawan

Penulis

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	8
1.2.1. Identifikasi Masalah	8
1.2.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	10
1.4.2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II DESKRIPSI UNIVERSITAS PAMULANG	11
2.1. Sejarah Universitas Pamulang.....	11

2.2.	Lingkup dan Bidang Usaha	14
2.2.1.	Visi UNPAM	14
2.2.2.	Misi UNPAM	14
2.2.3.	Tujuan UNPAM	14
2.2.4.	Struktur Organisasi UNPAM	14
2.2.5.	Tugas Pokok dan Fungsi (Tupoksi).....	17
2.2.6.	Akademik (Fakultas dan Program Studi)	19
2.3.	Sumber Daya (Pemasaran)	20
2.4.	Tantangan Bisnis (Pemasaran).....	22
2.5.	Proses/Kegiatan Fungsi Bisnis	23
BAB III KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS ..		25
3.1.	Kajian Pustaka	25
3.1.1.	Pengantar	25
3.1.1.1.	Kualitas Pelayanan	25
3.1.1.2.	Persepsi Nilai	27
3.1.1.3.	Kepuasan	28
3.1.1.4.	Loyalitas	30
3.1.2.	Pengaruh Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat	32
3.1.2.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan.....	32
3.1.2.1.1.	Hubungan Keandalan dengan Kepuasan Afektif	32
3.1.2.1.2.	Hubungan Keandalan dengan Kepuasan	

	Kognitif	33
3.1.2.1.3.	Hubungan Jaminan dengan Kepuasan Afektif ..	33
3.1.2.1.4.	Hubungan Jaminan dengan Kepuasan Kognitif	33
3.1.2.1.5.	Hubungan Bukti Fisik dengan Kepuasan Afektif.....	34
3.1.2.1.6.	Hubungan Bukti Fisik dengan Kepuasan Kognitif.....	34
3.1.2.1.7.	Hubungan Empati dengan Kepuasan Afektif	35
3.1.2.1.8.	Hubungan Empati dengan Kepuasan Kognitif..	35
3.1.2.1.9.	Hubungan Ketanggapan dengan Kepuasan Afektif.....	36
3.1.2.1.10.	Hubungan Ketanggapan dengan Kepuasan Kepuasan Kognitif	36
3.1.2.2.	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Kepuasan	37
3.1.2.2.1.	Hubungan Nilai Kualitas/Kinerja dengan Kepuasan Afektif	37
3.1.2.2.2.	Hubungan Nilai Kualitas/Kinerja dengan Kepuasan Kognitif	38
3.1.2.2.3.	Hubungan Nilai Harga/ <i>Value for Money</i> dengan Kepuasan Afektif.....	38
3.1.2.2.4.	Hubungan Nilai Harga/ <i>Value for Money</i> dengan Kepuasan Kognitif	39

3.1.2.2.5.	Hubungan Nilai Emosional dengan Kepuasan Afektif	39
3.1.2.2.6.	Hubungan Nilai Emosional dengan Kepuasan Kognitif.....	40
3.1.2.2.7.	Hubungan Nilai Sosial dengan Kepuasan Afektif	40
3.1.2.2.8.	Hubungan Nilai Sosial dengan Kepuasan Kognitif.....	41
3.1.2.3.	Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Mahasiswa	41
3.1.2.3.1.	Pengaruh Kepuasan Afektif terhadap Loyalitas Kesikapan	42
3.1.2.3.2.	Pengaruh Kepuasan Afektif terhadap Loyalitas Perilaku	42
3.1.2.3.3.	Pengaruh Kepuasan Kognitif terhadap Loyalitas Sikap.....	43
3.1.2.3.4.	Pengaruh Kepuasan Kognitif terhadap Loyalitas Perilaku	43
3.1.2.4.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas	44
3.1.2.4.1.	Hubungan Keandalan dengan Loyalitas Sikap	44
3.1.2.4.2.	Hubungan Keandalan dengan Loyalitas Perilaku.....	45

3.1.2.4.3.	Hubungan Jaminan dengan Loyalitas	
	Sikap	45
3.1.2.4.4.	Hubungan Jaminan dengan Loyalitas	
	Perilaku	46
3.1.2.4.5.	Hubungan Bukti Fisik dengan Loyalitas	
	Sikap	46
3.1.2.4.6.	Hubungan Bukti Fisik dengan Loyalitas	
	Perilaku	46
3.1.2.4.7.	Hubungan Empati dengan Loyalitas	
	Perilaku	47
3.1.2.4.8.	Hubungan Empati dengan Loyalitas	
	Perilaku	47
3.1.2.4.9.	Hubungan Ketanggapan dengan Loyalitas	
	Sikap	48
3.1.2.4.10.	Hubungan Ketanggapan dengan Loyalitas	
	Perilaku	48
3.1.2.5.	Pengaruh Persepsi Nilai terhadap Loyalitas	49
3.1.2.5.1.	Hubungan Nilai Kualitas/Kinerja dengan Loyalitas	
	Sikap	49
3.1.2.5.2.	Hubungan Nilai Kualitas/Kinerja dengan Loyalitas	
	Perilaku	49
3.1.2.5.3.	Hubungan Nilai Harga/ <i>Value for Money</i> dengan	

	Loyalitas Sikap	50
3.1.2.5.4.	Hubungan Nilai Harga/ <i>Value for Money</i> dengan Loyalitas Perilaku	50
3.1.2.5.5.	Hubungan Nilai Emosional dengan Loyalitas Sikap	51
3.1.2.5.6.	Hubungan Nilai Emosional dengan Loyalitas Perilaku	51
3.1.2.5.7.	Hubungan Nilai Sosial dengan Loyalitas Sikap	52
3.1.2.5.8.	Hubungan Nilai Sosial dengan Loyalitas Perilaku	52
3.2.	Penelitian Terdahulu	53
3.3.	Kerangka Pikir	59
BAB IV METODE PENELITIAN		60
4.1.	Jenis Penelitian	60
4.2.	Variabel Penelitian	60
4.2.1.	Definisi Konsep	60
4.2.2.	Definisi Operasional	62
4.3.	Populasi Dan Sampel	64
4.3.1	Populasi	64
4.3.2.	Jumlah Sampel	64
4.3.3.	Desain Sampel	65

4.4. Jenis dan Sumber Data	65
4.5. Teknik Pengumpulan Data	66
4.6. Teknik Analisis Data	67
4.6.1. Uji Instrumen	67
4.6.1.1. Uji Validitas	67
4.6.1.2 Uji Reliabilitas	68
4.6.2. Model Persamaan Struktural (<i>Structural Equation Modeling</i>)	69
4.6.2.1 Tahapan Pemodelan SEM	69
4.6.2.2 Asumsi Dasar SEM	77
4.6.3 Analisis Dimensi antar Variabel dalam Penelitian	78
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	81
5.1. Karakteristik Responden	81
5.2. Uji Asumsi Structural Equation Modelling	82
5.2.1. Evaluasi Normalitas Data	82
5.2.2. Evaluasi Outlier	84
5.2.3. Evaluasi Multikolinieritas	86
5.3. Uji Instrumen Penelitian	87
5.3.1. Uji Validitas	87
5.3.2. Uji Reliabilitas	88
5.3.3. Discriminant Validity	89
5.4. Model Pengukuran (Measurement Model)	90
5.4.1. Model Pengukuran Konstruk Eksogen-Kualitas Pelayanan	91

5.4.2. Model Pengukuran Konstruk Persepsi Nilai	96
5.4.3. Model Pengukuran Konstruk Endogen Kepuasan	100
5.4.4. Model Pengukuran Konstruk Loyalitas	102
5.5. Model Struktural (Full Model Structural)	105
5.6. Pengujian Hipotesis	109
5.6.1. Pengujian Hipotesis 1	110
5.6.2. Pengujian Hipotesis 2	110
5.6.3. Pengujian Hipotesis 3	111
5.6.4. Pengujian Hipotesis 4	111
5.6.5. Pengujian Hipotesis 5	112
5.7. Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total	113
5.8. Analisis Antar Dimensi	115
BAB VI KESIMPULAN	118
6.1. Kesimpulan	118
6.2. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN.....	126
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	146

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Fakultas dan Program Studi Universitas Pamulang	19
Tabel 2.2 Biaya Perkuliahan Program Diploma-III, Sarjana dan Pascasarjana.....	22
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	63
Tabel 4.1 Variabel, Dimensi dan Indikator/Item	72
Tabel 4.2 Justifikasi Teori untuk Model Konseptual Penelitian.....	80
Tabel 4.3 Kriteria dalam Pengujian dengan Menggunakan SEM	86
Tabel 4.4 Matrik Korelasi Dimensi antar Variabel.....	89
Tabel 4.5 Interpretasi Nilai r (Koefisien Korelasi)	90
Tabel 5.1 Identifikasi Konsentrasi/Peminatan Responden	91
Tabel 5.2. Identifikasi Jenis Kelamin Responden.....	92
Tabel 5.3 Uji Normalitas Data Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Kepuasan dan Loyalitas	93
Tabel 5.4 Uji Univariate Outliers	94
Tabel 5.5 Hasil Olah Uji Validitas dan Reliabilitas.....	98
Tabel 5.6 Korelasi antar Konstruk dan Akar Kuadrat AVE Konstruk	100
Tabel 5.7 Standardized Regression Weight (Loading Factor) Measurement Model_1 Konstruk Eksogen: Kualitas Layanan	102
Tabel 5.8 Standardized Regression Weight (Loading Factor) Measurement Model_2 Konstruk Eksogen: Kualitas Layanan	104
Tabel 5.9 Standardized Regression Weight (Loading Factor) Measurement Model_1	

Konstruk Eksogen: Persepsi Nilai.....	107
Tabel 5.10 Standardized Residual Covariance Measurement Model_2	
Konstruk Eksogen: Persepsi Nilai.....	108
Tabel 5.11 <i>Standardized Regression Weight (Loading Factor) Measurement</i>	
<i>Model_1</i> Konstruk Endogen: Kepuasan.....	110
Tabel 5.12 <i>Standardized Regression Weight (Loading Factor) Measurement</i>	
<i>Model_1</i> Konstruk Endogen: Loyalitas.....	113
Tabel 5.13 <i>Standardized Regression Weight (Loading Factor) Full Model_1</i>	116
Tabel 5.14 Evaluasi <i>Goodness of Fit Indeks Full Model_2</i>	118
Tabel 5.15 Regression Weight Structural Equational Model	120
Tabel 5.16 Kesimpulan Hipotesis.....	122
Tabel 5.17 Pengaruh Langsung	123
Tabel 5.18 Pengaruh Tidak Langsung	123
Tabel 5.19 Pengaruh Total.....	123
Tabel 5.20 Matrik Korelasi Dimensi	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Perkembangan Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2010/2011-2014/2015.....	2
Gambar 1.2 Grafik Perkembangan Penerimaan Mahasiswa Baru per Program Studi Tahun Akademik 2010/2011-2014/2015.....	3
Gambar 1.3 Grafik Perkembangan Mahasiswa Aktif per Program Studi Angkatan 2013	4
Gambar 1.4 Grafik Perkembangan Mahasiswa Aktif per Program Studi dan Jenjang Strata Satu Angkatan 2014	5
Gambar 1.5 Respons terhadap Pilihan Kuliah di UNPAM	5
Gambar 1.6 Respons atas Kenyamanan dan Kebersihan Ruang Kuliah	6
Gambar 1.7 Respons atas Kesigapan Personel	6
Gambar 1.8 Respons terhadap Peningkatan Persepsi	7
Gambar 1.9 Respons atas Biaya Kuliah	7
Gambar 1.10 Respons atas Pelayanan <i>Value for Money</i>	8
Gambar 2.1 Gedung Universitas Pamulang	11
Gambar 2.2 Sejarah Perjalanan Universitas Pamulang	13
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Universitas Pamulang.....	16
Gambar 2.4. Proses Bisnis Universitas Pamulang.....	24
Gambar 3.1 Model Konseptual Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Nilai Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa	69

Gambar 4.1 Full Model Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Nilai terhadap Kepuasan serta Implikasinya terhadap Loyalitas	82
Gambar 5.1 Model_1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kualitas Pelayanan .	101
Gambar 5.2 Model_2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kualitas Pelayanan	103
Gambar 5.3 Model_3 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kualitas Pelayanan	105
Gambar 5.4 Model_1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Persepsi Nilai	106
Gambar 5.5 Model_2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Persepsi Nilai	109
Gambar 5.6 Model_1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kepuasan	110
Gambar 5.7 Model_2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Kepuasan	111
Gambar 5.8 Model_1 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Loyalitas.....	112
Gambar 5.9 Model_2 Analisis Faktor Konfirmatori Konstruk Loyalitas.....	114
Gambar 5.10 Full/Hybrid Model_1	115
Gambar 5.11 Full Model Struktural_2.....	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian	126
Lampiran II	Confirmatory Factor Analysis Konstruk Kualitas Pelayanan.....	131
Lampiran III	Confirmatory Factor Analysis Konstruk Persepsi Nilai	133
Lampiran IV	Confirmatory Factor Analysis Konstruk Kepuasan.....	134
Lampiran V	Confirmatory Factor Analysis Konstruk Loyalitas.....	136
Lampiran VI	Full/Hybrid Model	137
Lampiran VII	Uji Multivariate Outliers (<i>Mahalonobis Distance</i>).....	141
Lampiran VIII	<i>Standardized Residual Covariances</i> Konstruk Kualitas Pelayanan	143
Lampiran IX	<i>Standardized Residual Covariances Full Model</i>	144
Lampiran X	Evaluasi Multikolinieritas.....	145