



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Teori – Teori yang Digunakan

###### a. Teori Behaviorisme

Pendekatan ini awalnya diperkenalkan oleh John B. Watson.

Pendekatan ini banyak mendapatkan perhatian dalam psikologi antara tahun 1920-an sampai 1960-an.

“Hingga sekarang, aliran behaviorisme berpendirian bahwa organisme dilahirkan tanpa sifat-sifat sosial atau psikologis. Perilaku merupakan hasil pengalaman yang digerakkan atau dimotivasi oleh kebutuhan untuk memperbanyak kesenangan dan mengurangi penderitaan. Asumsi bahwa pengalaman adalah faktor yang paling berpengaruh dalam bentuk perilaku, menyiratkan betapa plastisnya seorang manusia. Ia mudah dibentuk menjadi apa pun dengan menciptakan lingkungan yang relevan” (Syam 2011:76). Pastis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bersifat mudah dibentuk.

Behaviorisme lahir sebagai reaksi terhadap introspeksionisme (yang menganalisis jiwa manusia berdasarkan laporan subjektif) dan juga psikoanalisis (yang berbicara tentang alam bawah sadar yang tidak nampak). Behaviorisme tidak ingin mempersoalkan apakah manusia itu baik atau buruk, rasional atau emosional. Aliran ini hanya ingin mengetahui bagaimana perilakunya dikendalikan oleh faktor-faktor lingkungan. Dari sinilah timbul konsep “manusia mesin” (*homo mechanicus*) (Syam 2011: 75-76).

Pendapat lain mengenai teori behavioral menurut Dharsana (2010) dalam jurnal Utama, Suranta dan Dharsana adalah teori menyeluruh dan juga suatu usaha berdasarkan percobaan untuk menjelaskan prinsip – prinsip dan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kaidah – kaidah bagaimana tingkah laku manusia dipelajari (Sutama, Suranta, Dharsana 2014:4).

Hampir seluruh fenomena komunikasi, faktor psikologis banyak memegang peran penting. Hal ini dapat ditelusuri dari awal kemunculan teori oleh para ilmuwan sebagai salah satu *grand theory* yaitu behaviorisme, yang diturunkan pada *middle-range theory*, yaitu teori Stimulus-Respons. Teori ini berangkat dari beberapa penelitian yang dilakukan oleh ilmuwan psikologi, seperti Watson, Thorndike, dan Skinner (Syam 2011:76).

Menurut Gage dan Berliner (dalam Syam, 2011:82) faktor lain yang dianggap penting oleh aliran behavioristik dalam teori belajar adalah faktor penguatan (*reinforcement*). Bila penguatan ditambahkan (*positive reinforcement*), maka respons akan semakin kuat. Begitu pula apabila respons dikurangi atau dihilangkan (*negative reinforcement*), maka respon akan semakin kuat.

#### b. Teori Stimulus – Respons

Orientasi Stimulus-Respons cukup menonjol dalam perspektif psikologis tentang komunikasi manusia. Perspektif ini menganggap bahwa manusia berada dalam suatu medan stimulus, yang secara bebas disebut sebagai suatu lingkungan informasi (Syam 2011:76).

Setiap orang terdapat arus stimulus yang hampir tak terbatas jumlahnya, dimana semuanya dapat diproses melalui organ-organ indra penerima, yakni penglihatan, pendengaran, perabaan, penciuman, dan perasaan. Semua stimulus ini bersaing untuk diterima karena banyaknya,



sehingga jumlahnya melebihi kapasitas manusia untuk menerima dan mengelolanya (Syam 2011:76).

Menurut Thorndike dalam buku Belajar dan Pembelajaran, stimulus adalah apa saja yang dapat merangsang terjadinya kegiatan belajar seperti pikiran, perasaan, atau hal-hal lain yang dapat ditangkap melalui alat indera. Sedangkan, respons yaitu reaksi yang dimunculkan peserta didik ketika belajar yang juga berupa pikiran, perasaan, atau gerakan (Suardi 2012:12).

Menurut Wiryanto (2005) teori ini mengasumsikan bahwa perilaku individu timbul karena kekuatan stimulus yang datang dari luar dirinya, bukan atas dasar motif dan sikap yang dimiliki. Karakteristik dari komunikator (sumber), seperti kredibilitasnya, kepemimpinannya dan gaya komunikasi, dapat menentukan keberhasilan (Ardianto, 2011:134).

Dalam Kompasiana (2015, diakses 7 Februari 2017) belajar merupakan akibat adanya interaksi antara stimulus (S) dengan respons (R). Menurut teori ini, dalam belajar yang penting adalah adanya input berupa stimulus dan output yang berupa respon. Teori ini mengutamakan pengukuran, sebab pengukuran merupakan suatu faktor penting untuk melihat terjadi atau tidaknya perubahan tingkah laku tersebut.

### c. Teori Pertukaran Sosial

Tokoh yang mengembangkan teori pertukaran sosial adalah psikolog John Thibaut dan Harold Kelly (1964). Berdasarkan teori ini, kita masuk ke dalam hubungan pertukaran dengan orang lain karena akan memperoleh imbalan. Dengan kata lain hubungan pertukaran dengan orang lain akan menghasilkan suatu imbalan bagi kita. Dalam hubungan tersebut terdapat



unsur ganjaran (*reward*), pengorbanan (*cost*), keuntungan (*profit*), dan tingkat perbandingan (Syam 2012:67).

Ganjaran ialah setiap akibat yang dinilai positif yang diperoleh seseorang dari suatu hubungan. Ganjaran berupa uang, penerimaan sosial, atau dukungan terhadap nilai yang dipegangnya. Biaya adalah akibat yang dinilai negatif dalam suatu hubungan. Biaya dapat berupa waktu, usaha, hal yang tidak menyenangkan, konflik, kecemasan, dan kerutuhan harga diri serta kondisi-kondisi lain yang dapat menghabiskan sumber kekayaan individu bertindak atau dapat menimbulkan efek-efek yang tidak menyenangkan (Rakhmat, 2013:119).

Hasil atau laba adalah ganjaran dikurangi biaya. Sedangkan, tingkat perbandingan menunjukkan ukuran baku (standar) yang dipakai sebagai kriteria dalam menilai hubungan individu pada waktu sekarang (Rakhmat, 2013:119).

Inti dari teori pertukaran sosial adalah perilaku sosial seseorang hanya bisa dijelaskan oleh sesuatu yang bisa diamati, bukan oleh proses mentalistik (*black-box*). Semua teori yang dipengaruhi oleh perspektif ini menekankan hubungan langsung antara perilaku yang teramati dengan lingkungan (Syam 2012:67-68).

Asumsi-asumsi teori pertukaran sosial mengenai sifat dasar manusia adalah sebagai berikut:

- (1) Manusia mencari penghargaan dan menghindari hukuman. Pendekatan ini berasumsi bahwa perilaku orang dimotivasi oleh suatu mekanisme dorongan internal.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



(2) Manusia adalah makhluk rasional. Asumsi ini didasarkan pada pemikiran bahwa di dalam batasan-batasan informasi yang tersedia untuknya, manusia akan menghitung pengorbanan dan penghargaan dari situasi tertentu dan akan menuntun perilakunya.

(3) Standar yang digunakan manusia untuk mengevaluasi pengorbanan dan penghargaan bervariasi seiring berjalannya waktu dari satu orang ke orang lainnya. Teori ini harus mempertimbangkan adanya keanekaragaman. Tidak ada satu standar yang dapat diterapkan pada semua orang untuk menentukan apa pengorbanan dan apa penghargaan itu (West dan Turner 2008:218).

Asumsi dasar yang mendasari seluruh analisis diatas adalah bahwa setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan ditinjau dari segi ganjaran dan biaya (Rakhmat 2013:119).

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

### 2. Landasan Konseptual

#### a. Kualitas Layanan

Menurut Prasetyo (2013) perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas layanan akan menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina loyalitas pelanggan dan membina hubungan pelanggan dengan sukses. Hal ini mengindikasikan bahwa kualitas jasa (*service quality*) merupakan salah satu aspek yang memberikan kontribusi pada keberhasilan suatu organisasi (Noviasari 2015:29).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Parasuraman dalam Tjiptono & Chandra (2011:198) dimensi pokok kualitas pelayanan dibagi menjadi lima dimensi antara lain:

(1) Bukti fisik atau *tangibles*

Bukti fisik atau *tangibles* berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

(2) Keandalan atau *reliability*

Keandalan berkenaan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai waktu yang disepakati.

(3) Daya Tanggap atau *responsiveness*

Daya tanggap berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu pengguna dan merespon permintaan mereka, serta memberikan pelayanan secara cepat.

(4) Jaminan atau *assurance*

Jaminan berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pengguna.

(5) Empati atau *empathy*

Perusahaan yang memahami masalah para pengguna dan bertindak demi kepentingan penggunanya, serta memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dalam Tjiptono & Chandra (2011 : 232-233) kualitas layanan telah

dijabarkan pada tabel 2.1

**Tabel 2.1**  
**Dimensi dan Atribut Model SERVQUAL**

<b>Dimensi</b>	<b>Atribut</b>
<i>Reliability</i> (Keandalan)	1. Menyediakan jasa sesuai yang dijanjikan,
	2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa pelanggan,
	3. Menyampaikan jasa secara benar semenjak pertama kali,
	4. Menyampaikan jasa sesuai dengan waktu yang dijanjikan,
	5. Menyimpan catatan/ dokumen tanpa kesalahan.
<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	6. Menginformasikan pelanggan tentang kepastian waktu penyampaian jasa,
	7. Layanan yang segera/ cepat bagi pelanggan,
	8. Ketersediaan untuk membantu pelanggan,
	9. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan.
<i>Assurance</i> (Jaminan)	10. Karyawan yang menumbuhkan rasa percaya para pelanggan,
	11. Membuat pelanggan merasa aman sewaktu melakukan transaksi,
	12. Karyawan secara konsisten bersikap sopan,
	13. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan pelanggan.
<i>Empathy</i> (Empati)	14. Memberikan perhatian secara individual kepada para pelanggan,
	15. Karyawan yang memperlakukan pelanggan secara penuh perhatian,
	16. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan pelanggan,
	17. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan,
	18. Waktu beroperasi yang nyaman.
<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	19. Peralatan modern,
	20. Fasilitas yang berdaya tarik visual,
	21. Karyawan yang berpenampilan rapi dan profesional,
	22. Materi-materi berkaitan dengan jasa yang berdaya tarik visual.

Sumber : Tjiptono & Chandra (2011 : 232-233)

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Memberikan tanggapan atau pelayanan administrasi dengan segera akan memberikan persepsi yang baik bagi mahasiswa. Pelayanan jasa menjadi tidak sempurna apabila salah satu dari dimensi diatas terabaikan, sehingga pengertian kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai standar proses yang harus dilaksanakan dalam suatu kegiatan pelayanan guna memenuhi harapan atau tuntutan pelanggan.

#### b. Kepuasan Mahasiswa

Kata kepuasan atau “*satisfaction*” berasal dari bahasa Latin “*satis*” artinya cukup baik, memadai dan “*facio*” melakukan atau membuat. Kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan mahasiswa tentang pelayanan dosen yang didukung oleh sarana prasarana dan kepemimpinan transformasional dengan apa yang mahasiswa rasakan setelah mendapatkan pelayanan (Sarjono, 2007:66).

Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dan pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya (Sopiatin, 2010:33).

Sedangkan, pengertian kepuasan menurut Oliver dalam Supranto kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver dalam Supranto 2011:233).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja atau hasil





suatu produk dengan harapan-harapannya (Kotler dalam Sri, 2007:22). Pengertian kepuasan adalah istilah evaluatif yang menggambarkan suka dan tidak suka (Simamora dalam Sri, 2007:22). Mengacu pada definisi-definisi tersebut maka kepuasan mahasiswa berarti perasaan senang, puas dan kelegaan pembelajaran pada perguruan tinggi terhadap apa yang menjadi kebutuhannya selama melaksanakan studi.

Perguruan tinggi dihadapkan pada tuntutan akan mutu atas jasa pendidikan yang diberikannya. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap jasa pelayanan pendidikan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang mahasiswa rasakan selama melaksanakan studi di kampus tersebut sampai mahasiswa tersebut lulus.

Mahasiswa yang akan merasakan hasil dari kinerja para karyawan terutama dalam administrasi akademik. Layanan administrasi akademik mempunyai peranan penting dalam kegiatan perkuliahan mahasiswa. Kurangnya kinerja layanan administrasi akademik akan menghambat proses penerimaan informasi kepada mahasiswa yang akan menurunkan kepuasan mahasiswa terhadap perguruan tinggi.

### c. Loyalitas Mahasiswa

Loyalitas (*loyalty*) adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Loyalitas konsumen dengan suatu keadaan dimana terdapat komitmen yang kuat dalam pembelian ulang

## © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

dan penggunaan kembali barang dan jasa perusahaan (Kotler & Keller, 2009:138) .

Menurut Hill (1996) dalam jurnal Wahyuningsih (2007:134-135) konsep loyalitas pelanggan dapat dibedakan menjadi enam tingkatan:

1. *Suspect*, meliputi semua orang yang mungkin akan membeli jasa perusahaan,
2. *Prospect*, adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dengan mempunyai kemampuan untuk membelinya,
3. *Customers*, pada tahap ini konsumen sudah melakukan pembelian/transaksi dengan perusahaan, tetapi perasaan positif belum tinggi,
4. *Clients*, pada tahap ini konsumen telah membeli ulang pada perusahaan, mereka mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan,
5. *Advocates*, pada tahap ini clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli pada perusahaan tersebut,
6. *Partners*, pada tahap ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan konsumen/pelanggan.

Loyalitas mahasiswa tercermin dalam perilaku-prilaku seperti turut menjaga citra atau nama baik dan merekomendasikan hal-hal yang positif terhadap orang lain selama mahasiswa tersebut mengikuti proses pendidikan maupun setelah melalui proses pendidikan. Komitmen perguruan tinggi yang tetap konsisten dapat menjadi alasan mahasiswa bersikap loyal.

Loyalitas pelanggan di dunia pendidikan erat kaitannya dengan loyalitas mahasiswa. Loyalitas mahasiswa sangat diperlukan untuk

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kelangsungan hidup dan eksisnya suatu perguruan tinggi untuk tetap bertahan menjadi unggulan khususnya pada calon mahasiswa baru.

Mahasiswa yang memiliki loyalitas tinggi merupakan aset perguruan tinggi karena akan memberikan rekomendasi yang positif dan mendorong teman, saudara, maupun masyarakat lain untuk menggunakan jasa pendidikan yang telah dialaminya. Selain itu, mereka dimungkinkan akan kembali menjadi pelanggan dengan melanjutkan pendidikan lebih tinggi di perguruan tinggi yang telah ditempuh.

Menurut Winahyuningsih dan Edris dalam Tesis Noviasari loyalitas mahasiswa secara umum merupakan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa layanan yang diberikan oleh pihak institusi, serta untuk tetap menjadi konsumen dari institusi tersebut (Noviasari 2015:54-55). Indikator yang digunakan yaitu:

- (a) Mahasiswa tidak transfer atau pindah ke universitas lain. Loyalitas dibuktikan dengan tidak berpindahya mahasiswa tersebut ke tempat lain.
- (b) Merekomendasikan ke orang lain atau calon mahasiswa. Merekomendasikan ke orang lain atau calon mahasiswa jika ada yang butuh masukan untuk kuliah.
- (c) Menceritakan hal-hal positif kepada orang lain (Positif WOM). Menceritakan hal-hal positif kepada orang lain sehingga membuat orang lain tertarik dan kuliah di universitas tersebut.
- (d) Mengajak orang lain untuk kuliah di Universitas tersebut. Mengajak orang lain yang memiliki niat untuk meneruskan pendidikan ke jenjang lebih tinggi.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Loyalitas mahasiswa dapat membentuk efek positif terhadap perguruan tinggi yaitu dengan memberikan sumber pendapatan terus menerus sampai mahasiswa menyelesaikan studinya dan akan terus berlanjut apabila mahasiswa akan melanjutkan studinya ke tahap yang lebih tinggi.

**C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**B. Penelitian Terdahulu**

Untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan, maka peneliti mencari dan mengumpulkan beberapa penelitian yang dapat membantu proses penelitian. Hasil pencarian terdahulu adalah sebagai berikut:

**1. *Student Satisfaction as a Mediating Variable between Reputation, Image and Student Loyalty* (Andala Rama Putra Barusman, 2014)**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kepuasan sebagai mediasi antara reputasi, citra, dan loyalitas mahasiswa perguruan tinggi di Bandar Lampung. Objek penelitian ini dilakukan pada 5 perguruan tinggi swasta di Bandar Lampung dan kuesioner dibagikan kepada 500 responden dalam sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan *Structural Equation Model*. Hasilnya ditemukan bahwa reputasi, citra, dan loyalitas mahasiswa memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Selanjutnya, kepuasan mahasiswa memiliki efek positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa. Selanjutnya, ditemukan bahwa kepuasan mahasiswa adalah hubungan mediasi penuh antara reputasi program studi dan citra universitas dengan loyalitas mahasiswa. Dalam rangka meningkatkan loyalitas siswa maka perguruan tinggi harus berkomunikasi dengan baik kepada mahasiswa, meminta dosen untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



membantu mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam mata pelajaran, infrastruktur kampus yang lengkap, menjaga reputasi program studi sesuai dengan iklan, brosur, dan promosi yang telah dibentuk serta menjaga citra universitas.

**© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**2. *The Mediating Effect of Satisfaction on Student Loyalty on Higher Education Institution (Anusorn Kunanusorn and Duangporn Puttawong, 2015)***

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara nilai yang dirasakan mahasiswa, kepercayaan, citra, dan kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa. Model ini diuji melalui penggunaan *Squares Partial Least (PLS)*. Data diambil dari 100 mahasiswa universitas swasta di Thailand bagian utara dengan menyebarkan kuesioner dan *multistage sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan terdapat tiga variabel yaitu citra perguruan tinggi, kepercayaan mahasiswa, dan nilai yang dirasakan mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa.

**3. *Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dan Kualitas Pelayanan Student Information Center Terhadap Kepuasan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie ( Putri Angle, Agustus 2016)***

Pelayanan merupakan suatu bentuk interaksi sosial guna untuk membantu orang lain, dan *Student Information Center* diharapkan untuk memberikan pelayanan yang berkualitas berupa jasa dengan menyediakan informasi untuk memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa. Pelayanan jasa dapat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dikatakan baik apabila dapat memahami keinginan serta melengkapi kebutuhan para mahasiswa. Oleh karena itu, keberhasilan pelayanan jasa tersebut dapat dilihat dari kepuasan para pengguna layanan tersebut. Motif yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan survei eksplanatif. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh komunikasi antar pribadi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebesar 0,671 artinya sebesar 67,1% kepuasan mahasiswa diukur dari dimensi-dimensi yang ada pada variabel komunikasi antar pribadi dan kualitas layanan, sedangkan sisanya 32,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

#### 4. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali (I Nyoman Rinala, I Made Yudana, I Nyoman Natajaya, 2013)

Langkah yang perlu ditempuh oleh lembaga pendidikan untuk meningkatkan pelayanan tersebut adalah mengoptimalkan kemampuan sumber daya manusianya serta peningkatan sarana dan prasarana yang mendukung kelancaran pelayanan pendidikan. Berkaitan dengan kepuasan pelayanan akademik, STP Nusa Dua Bali dipandang perlu mengevaluasi seluruh kegiatan pengelolaan pendidikan tersebut, baik dibidang finansial, sosial, lingkungan *external* dan *internal*. Peneliti melakukan pengukuran kualitas pelayanan dibidang akademik dilihat dari faktor *reability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian eksplanatori, yaitu menganalisis hubungan kualitas antara variabel

### C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penelitian sesuai dengan hipotesis yang telah disusun. Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan akademik dapat dijelaskan oleh faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati yang memberikan efek kuat dan jaminan memberikan efek lemah. Kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, sedangkan kualitas pelayanan akademik secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa pada STP Nusa Dua Bali.

#### **5. Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Unviersitas Moch. Sroedji Jember (Rifka Arinda Noviasari, 2015)**

Minat calon mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi sangat dipengaruhi oleh faktor persepsi terhadap perguruan tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas layanan dan citra institusi terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa di Universitas Moch. Sroedji Jember. Jenis penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Moch. Sroedji Jember. Penentuan jumlah sample menggunakan perbandingan yang proposional. Jumlah sample diambil dari jumlah indikator x 8, sehingga jumlah sample adalah  $18 \times 8 = 144$ . Alat analisis yang digunakan adalah analisis SEM. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara citra institusi dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa Universitas Moch. Sroedji Jember

### **© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Tabel 2.2

Perbandingan Penelitian-Penelitian Sejenis Sebelumnya

No.	Judul, Peneliti & Tujuan	Metode & Teori	Hasil	Perbedaan
1.	<i>Student Satisfaction as a Mediating Variable between Reputation, Image and Student Loyalty</i> , 2014, Andala Rama Putra Barusman.	Analisis kuantitatif dengan struktur <i>Equation Model</i> (SEM). Teori <i>student perception of reputation and development dimensions of Reputation</i> .	Terdapat pengaruh positif antara kepuasan mahasiswa terhadap reputasi, citra dan loyalitas mahasiswa di perguruan tinggi Bandar Lampung.	Menggunakan analisis regresi multivariat dan Tidak membahas mengenai kualitas layanan akademik.
2.	<i>The Mediating Effect of Satisfaction on Student Loyalty on Higher Education Institution</i> (Anusorn Kunanusorn and Duangporn Puttawong, 2015)	Analisis kuantitatif dengan penggunaan <i>Squares Partial Least</i> (PLS). Teori <i>student loyalty, student satisfaction, university image, student trust</i> dan <i>student perceived value</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa citra perguruan tinggi, kepercayaan mahasiswa, dan nilai yang dirasakan mahasiswa memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas mahasiswa.	Menggunakan tiga variabel independen yang mewakili kepuasan mahasiswa: kepercayaan, nilai dan citra perguruan tinggi.
3.	Pengaruh Komunikasi Antar Pribadi Dan Kualitas Pelayanan <i>Student Information Center</i> Terhadap Kepuasan Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, 2016, Skripsi, Putri Angle	Analisis kuantitatif dengan menggunakan survei eksplanatif, menggunakan teknik analisa regresi linier berganda. Teori komunikasi interpersonal, kualitas pelayanan, dan kepuasan mahasiswa.	Ada terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi antar pribadi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa.	Menggunakan dua variabel independen (Komunikasi Antar Pribadi dan Kualitas Pelayanan). Tidak membahas mengenai loyalitas mahasiswa.

© Hak cipta dimiliki IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.







**Tabel 2.2 (Lanjutan)**  
**Perbandingan Penelitian-Penelitian Sejenis Sebelumnya**

<p><b>4.</b> Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali, 2013, Skripsi, I Nyoman Rinala, I Made Yudana, I Nyoman Natajaya.</p>	<p>Penelitian eksplanatori, dianalisis dengan Struktur <i>Equation Model</i> (SEM) yang terdiri dari <i>measurement model</i> dan <i>structural model</i>. Teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.</p>	<p>Kualitas pelayanan akademik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, sedangkan kualitas pelayanan akademik secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa</p>	<p>Penelitian ini dilakukan di Sekolah Tinggi Bali. Tidak membahas mengenai retensi mahasiswa. Menggunakan analisis regresi berganda, menggunakan dua variabel <i>dependen</i></p>
<p><b>5.</b> Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>	<p>Pengaruh Citra Institusi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Moch. Sroedji Jember, 2015, Tesis, Rifka Arinda Noviasari</p>	<p>Analisis kuantitatif dengan struktur <i>Equation Model</i> (SEM), menggunakan teknik analisa regresi linier. Teori citra institusi, kualitas layanan, kepuasan, dan loyalitas mahasiswa.</p>	<p>Ada terdapat pengaruh yang signifikan antara citra institusi dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas mahasiswa.</p>	<p>Menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan dua variabel <i>dependen</i> dan <i>independen</i>.</p>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



### C. Kerangka Konsep

#### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Mempertahankan loyalitas mahasiswa bukanlah hal mudah untuk dilakukan. Mahasiswa yang telah memilih kampus yang telah menjadi pilihannya belum tentu bersikap loyal terhadap kampus tersebut. Untuk itu, mempertahankan loyalitas mahasiswa merupakan hal sulit dan menjadi salah satu tujuan dari lembaga pendidikan.

Mahasiswa akan memberikan penilaian terhadap kualitas layanan akademik yang diberikan. Kualitas layanan tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Mahasiswa dapat merasakan puas apabila layanan akademik perguruan tinggi dapat mengkomunikasikan informasi dengan jelas sehingga mahasiswa tidak bertanya-tanya, yang pada akhirnya bisa menimbulkan persepsi negatif.

Peneliti ingin mengukur kualitas layanan akademik melalui kepuasan mahasiswa. Apakah kebutuhan mahasiswa terpenuhi ketika mereka berkunjung ke layanan akademik dan mahasiswa dapat merasa senang atau terpuaskan terhadap pelayanan yang diberikan oleh staf layanan yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas mahasiswa.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

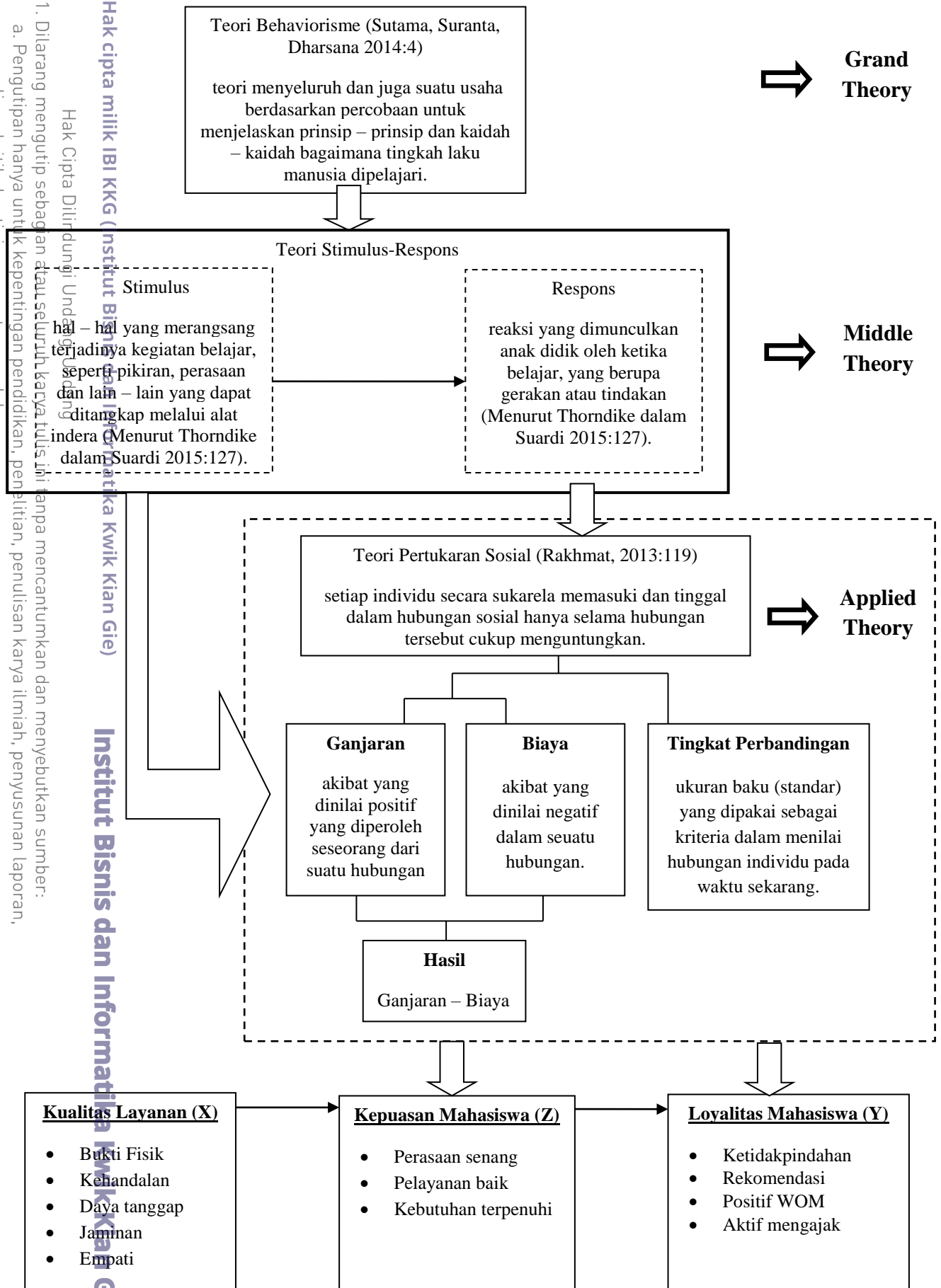
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 2.1

Hubungan Antar Teori



© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

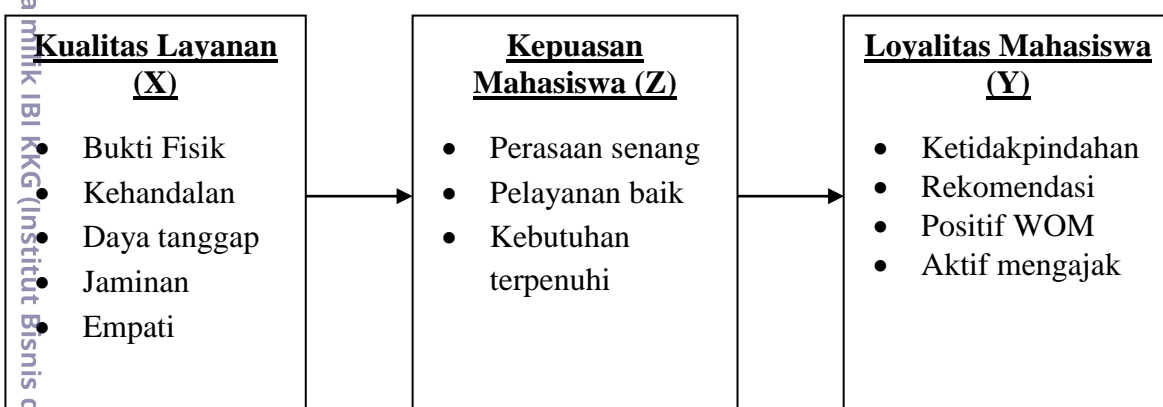
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Gambar 2.2

Kerangka Pemikiran



© Hak cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka peneliti membuat suatu hipotesis yaitu sebagai berikut:

### © Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa.  
 $H_1$ : Terdapat pengaruh kualitas layanan akademik melalui kepuasan terhadap kepuasan mahasiswa.
2.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.  
 $H_2$ : Terdapat pengaruh kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.
3.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh kualitas layanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa.  
 $H_3$ : Terdapat pengaruh kualitas layanan akademik mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.