Pengaruh Citra Institusi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Mahasiswa

(Survei pada Mahasiswa Jenjang Program DIII Universitas Swasta di Kota Bandung)



Windi Novianti
61.101.09.015



Persembahan untuk kedua orang tua tercinta,
Alm (mama), papa, kakak, adik, dan
keluargaku

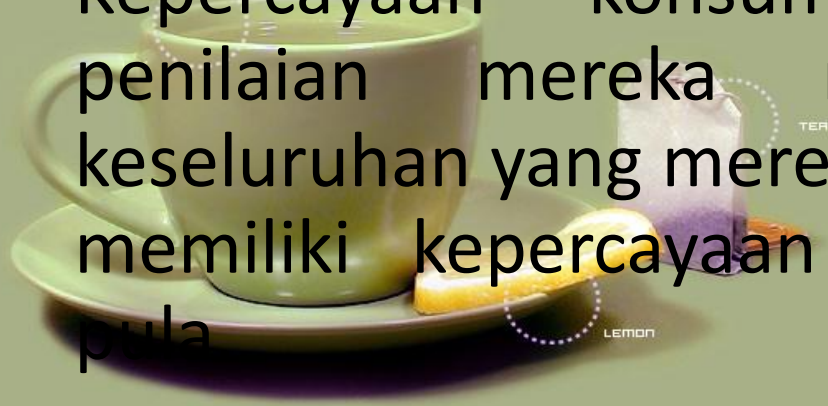
Pendahuluan
Latar Belakang

- PendidikanTinggi merupakan suatu lembaga yang memegang peranan penting dalam proses pengembangan sumber daya manusia. Melalui program-program pendidikan dari setiap Perguruan Tinggi yang terkendali baik, diharapkan dapat lulusan yang berkualitas.
- Perkembangan kebutuhan akan pendidikan tinggi pada akhirnya membuka peluang bagi pihak swasta untuk ikut berpartisipasi dalam usaha penyelenggaraan pendidikan.

- Dalam perkembangannya, pihak swasta banyak berperan dalam penyelenggaraan pendidikan tinggi. Ada sebanyak 133 Perguruan Tinggi Swasta di Lingkungan Kota Bandung berdasarkan Data Dikti pada keadaan Bulan Desember Tahun 2009, dimana ada 19 berbentuk Universitas.
- Berdasarkan Direktori Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung pada keadaan Bulan Desember, data menunjukkan bahwa hanya ada 11 Program DIII pada perguruan tinggi swasta yang berbentuk Universitas.

- keadaan pada Bulan Desember Tahun 2008 jumlah mahasiswa Program DIII Universitas Swasta di Kota Bandung berjumlah 4071, tetapi pada keadaan Bulan Desember Tahun 2009 jumlah mahasiswa mengalami penurunan secara keseluruhan menjadi 3461 mahasiswa.
- Pada umumnya masyarakat sudah memiliki referensi tentang keberadaan Perguruan Tinggi Swasta. Hal ini memunculkan tanggapan adanya Perguruan Tinggi Swasta favorit dan berakibat PTS favorit tersebut ‘kebanjiran’ peminat untuk menjadi mahasiswa.

- PTS akan menonjolkan keunggulan-keunggulan yang dimilikinya agar masyarakat mempunyai penilaian sendiri mengenai citra dari perguruan tinggi tersebut.
- Citra institusi menurut penilaian mahasiswa akan mempengaruhi mahasiswa untuk loyal terhadap perguruan tingginya.
- Kepercayaan konsumen akan menentukan penilaian mereka mengenai nilai secara keseluruhan yang mereka terima. Konsumen yang memiliki kepercayaan akan memiliki loyalitas pula



Rumusan Masalah

- Bagaimanakah tanggapan responden mengenai citra institusi
- Bagaimanakah tanggapan responden mengenai kepercayaan terhadap institusi.
- Bagaimanakah pengaruh citra institusi dan kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa baik secara parsial maupun simultan.



DIFFERENT
WWW.DIFFERENT-SHIRTS.DE

Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai citra institusi.
- Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kepercayaan terhadap institusi.
- Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra institusi dan kepercayaan terhadap loyalitas mahasiswa baik secara parsial maupun simultan.

Kajian Pustaka

JASA

Jasa pada dasarnya merupakan suatu yang tidak berwujud, yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.Dalam memproduksi suatu jasa dapat menggunakan suatu produk fisik tetapi bisa juga tidak (Kotler and Keller, 2006:441)

ORIGINAL WALLPAPERS byAndreas.com Copyright © 2006 byAndreas.com All right reserved! No portion of this document may be reproduced, copied or in any way reused without written permission

Karakteristik jasa

- Tidak berwujud(*Intangibility*)
- Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)
- Beraneka Ragam (*Variability*)
- Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

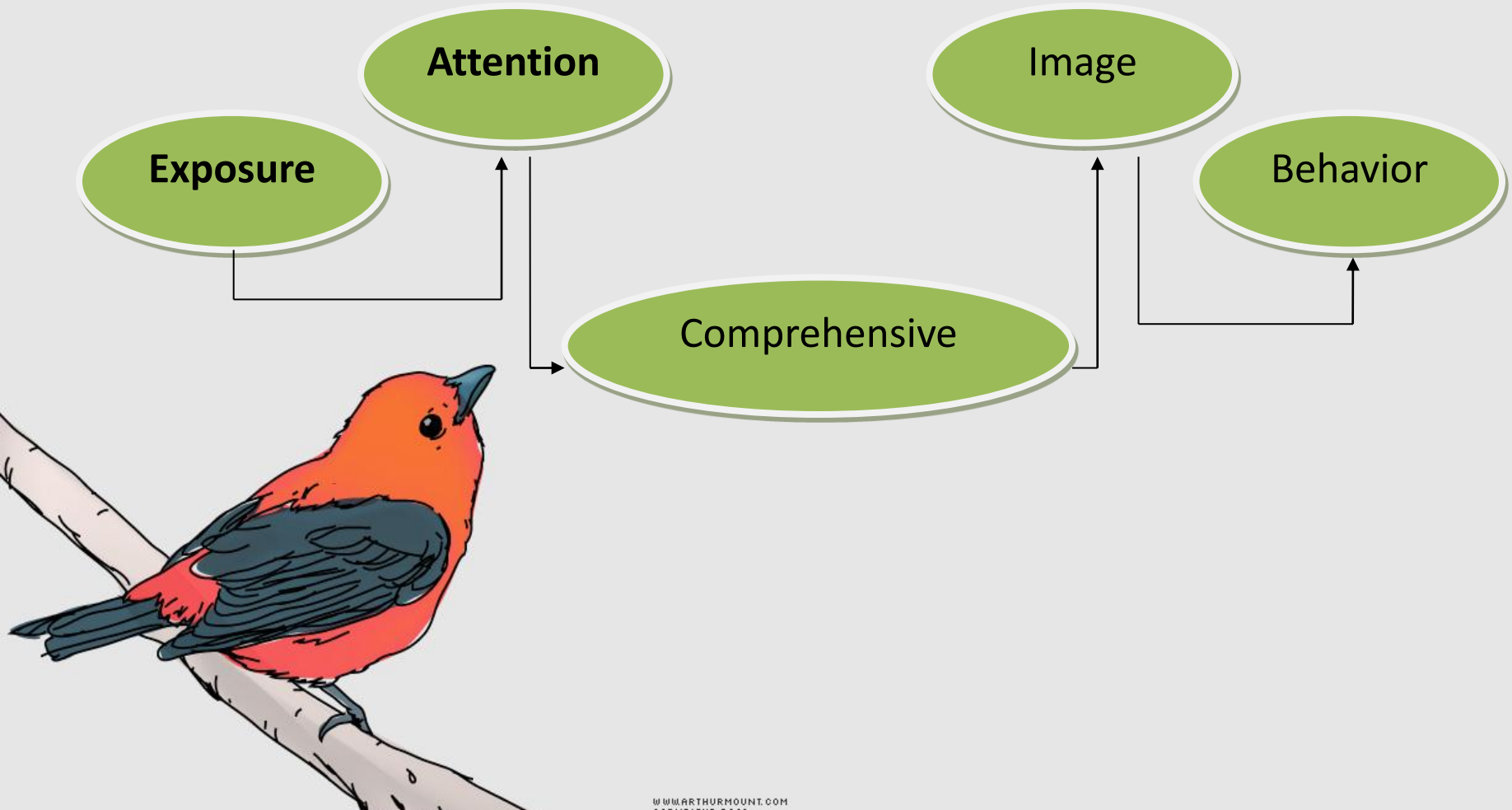


Citra

- Citra adalah persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. (Kotler and Keller, 2006:338)
- citra adalah kesan yang dipikirkan dan yang diketahui oleh seseorang atau kelompok mengenai suatu hal baik perusahaan maupun produknya yang diperoleh melalui pengalaman. (Buchari Alma, 2000:317)



Proses Terbentuknya Citra



Empat hal pokok yang harus diperhatikan dalam sebuah *brand* (Hermawan Kertajaya, 2000:484):

- *Recognition*
- *Reputation*
- *Affinity*
- *Domain*



Kepercayaan

- Kepercayaan adalah harapan dari pihak-pihak dalam sebuah transaksi dan resiko yang terkait dengan perkiraan dan perilaku terhadap harapan tersebut (Lau and Lee, 1999)
- kepercayaan konsumen sebagai harapan konsumen bahwa penyedia jasa dapat dipercaya atau diandalkan dalam memenuhi janjinya. (Sirdeshmukh, Singh, Sabol, 2001)

Indikator Kepercayaan

- *Probity*
- *Equity*
- *Reliability*
- *Satisfaction*
- *competency*
- *communication*



Loyalitas

- Loyalitas pelanggan merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk. . (Andreassen, et al, 1997 dalam Ali Hasan, 2005).

*www.primews.com

- Suatu komitmen untuk bertahan secara mendalam dengan melakukan pembelian ulang atau berlanganan kembali dengan produk atau jasa yang terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. (Oliver, 1997:392)

Ukuran Loyalitas

Berkaitan dengan kualitas pendidikan tinggi, Martensen, Gronholdt, Eskildsen, Kristensen (2000) menyatakan bahwa loyalitas mahasiswa dapat diukur dengan :

- Kesediaan melanjutkan studi, konferensi, dan lain-lain pada institusi atau perguruan tinggi yang sama di masa yang akan datang.
- Kesediaan merekomendasikan institusi perguruan tinggi
- Kesediaan merekomendasikan program studi pada institusi perguruan tinggi

Sedangkan Zeithaml, Berry, Parasuraman (1996) dalam penelitian pada empat perusahaan yang menyediakan jasa pada konsumen akhir ataupelanggan bisnis, item-item yang dapat mengukur loyalitas mahasiswa tersebut antara lain :

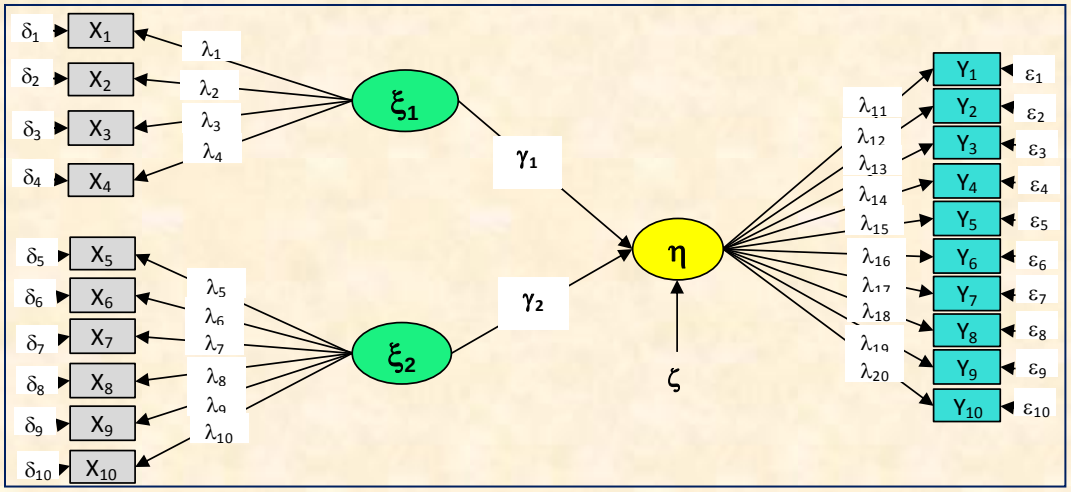
- Kesediaan mahasiswa mempertimbangkan perguruan tinggi yang sama
- Kesediaan mahasiswa menyeleseikan studi di perguruan tinggi tempat belajar saat ini
- Kesediaan mahasiswa untuk mendorong teman memilih perguruan tinggi yang sama
- Kesediaan mahasiswa merekomendasikan perguruan tinggi sebagai lembaga pendidikan terbaik di wilayahnya.

Metodologi Penelitian

- Dalam pelaksanaan penelitian ini digunakan bentuk penelitian survey dengan model pengujian *deskriptif verifikatif.*
- metode yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Model*) yaitu teknik analisis multivariat yang mengkombinasikan analisis faktor dengan analisis regressi (Hair et al ; 2006 ; 710).
- Dilakukan Uji Validitas dan Uji reliabilitas menggunakan SPSS 15.0

celebrating family

- Pilihan jawaban responden merupakan nilai skor jawaban yang ditentukan berdasarkan metode *Skala Likert*
- transformasi data melalui metode interval berurutan (*Method of Successive Interva/MSI*)
- Model Pengukuran&Model Struktural



Hasil Penelitian dan Pembahasan

- Uji Validitas > 0.3 = valid
- Uji reliabilitas > 0.7 = reliable



Tanggapan Responden Mengenai Citra Institusi

No	Pertanyaan Kuesioner	Skor Tanggapan responden
1	PengenalanTerhadap Program Studi	72,14%
2	Reputasi Akademik Berkaitan Dengan Kompetensi Pengajar	70,60%
3	Reputasi Akademik Berkaitan Dengan Kurikulum	**71,45%**
4	Reputasi Program Studi Sebagai Tempat Studi	**74,70%**

Rekapitulasi Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Citra Institusi Masing-Masing Universitas

Perguruan Tinggi	**Skor aktual**	**Skor Ideal**	**% Skor aktual**	**Kategori**
Universitas Parahyangan	72	100	72,00%	Baik
Univesitas Kristen Maranatha	193	260	74,23%	Baik
Universitas Pasundan	140	200	70,00%	Baik
Universitas Advent Indonesia	142	180	78,89%	Baik
Universitas Bandung Raya	31	40	77,50%	Baik
Universitas Nurtanio	96	140	68,57%	Baik
Universitas Komputer Indonesia	512	700	73,14%	Baik
Universitas Nasional Pasim	56	80	70,00%	Baik
Universitas Widyatama	301	440	68,41%	Baik
Universitas Sangga Buana	104	140	74,29%	Baik
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia	43	60	71,67%	Baik
Total	**1690**	**2340**	**72,22%**	Baik

Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan

No	Pertanyaan Kuesioner	Skor Tanggapan Responden
1	Keandalan Program Studi DIII	70,09%
2	Konsistensi Jasa Dari Waktu ke Waktu	**64,96%**
3	Kualitas Lulusan	72,99%
4	Kualitas Performasi Pengajaran	**74,02%**
5	Kualitas Pelayanan Adminsitrasi	68,55%
6	Komunikasi/Promosi	69,40%

Rekapitulasi Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Masing-Masing Universitas

Perguruan Tinggi	**Skor aktual**	**Skor Ideal**	**% Skor aktual**	**Kategori**
Universitas Parahyangan	109	150	72,67%	Tinggi
Univesitas Kristen Maranatha	275	390	70,51%	Tinggi
Universitas Pasundan	204	300	68,00%	Cukup Tinggi
Universitas Advent Indonesia	197	270	72,96%	Tinggi
Universitas Bandung Raya	44	60	73,33%	Tinggi
Universitas Nurtanio	143	210	68,10%	Tinggi
Universitas Komputer Indonesia	735	1050	70,00%	Tinggi
Universitas Nasional Pasim	86	120	71,67%	Tinggi
Universitas Widyatama	453	660	68,64%	Tinggi
Universitas Sangga Buana	151	210	71,90%	Tinggi
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia	60	90	66,67%	Cukup Tinggi
Total	**2457**	**3510**	**70,00%**	**Tinggi**

Tanggapan Responden Mengenai Loyalitas Mahasiswa

No	Pertanyaan Kuesioner	Skor Tanggapan Responden
1	Kesediaan Merekomendasikan Program Studi Pada Orang Lain	74,19%
2	Kesediaan Merekomendasikan Universitas Pada Orang Lain	**78,63%**
3	Kesediaan Merekomendasikan Program Studi Lainnya Pada Orang Lain	66,84%
4	Kesediaan Mendorong Orang Lain Memilih Program Studi Yang Sama	69,40%
5	Kesediaan Mengikuti SeminarAtau Pelatihan Pada Program Studi Yang Sama	71,45%



6	Kesediaan Mengikuti SeminaAtau Pelatihan Pada Program Studi Lain Pada Universitas Yang Sama	65,81%
7	Kesediaan Menyampaikan HalHal Positif Mengenai Program Studi	77,44%
8	Kesediaan Melanjutkan StudiPada Universitas Yang Sama	69,91%
9	Kesediaan Menolak Pindah keProgram Studi Lain Pada Universitas Yang Sama	**63,25%**
10	Kesediaan Menolak Pindah ke Universitas Lain	59,66%

Rekapitulasi Persentase Skor Tanggapan Responden Tentang Loyalitas Mahasiswa Terhadap Masing-Masing Universitas

Perguruan Tinggi	**Skor aktual**	**Skor Ideal**	**% Skor aktual**	**Kategori**
Universitas Parahyangan	166	250	66,40%	Cukup Tinggi
Univesitas Kristen Maranatha	462	650	71,08%	Tinggi
Universitas Pasundan	344	500	68,80%	Tinggi
Universitas Advent Indonesia	348	450	77,33%	Tinggi
Universitas Bandung Raya	65	100	65,00%	Cukup Tinggi
Universitas Nurtanio	224	350	64,00%	Cukup Tinggi
Universitas Komputer Indonesia	1223	1750	69,89%	Tinggi
Universitas Nasional Pasim	146	200	73,00%	Tinggi
Universitas Widyatama	734	1100	66,73%	Cukup Tinggi
Universitas Sangga Buana	263	350	75,14%	Tinggi
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia	100	150	66,67%	Cukup Tinggi
Total	**4075**	**5850**	**69,66%**	**Tinggi**

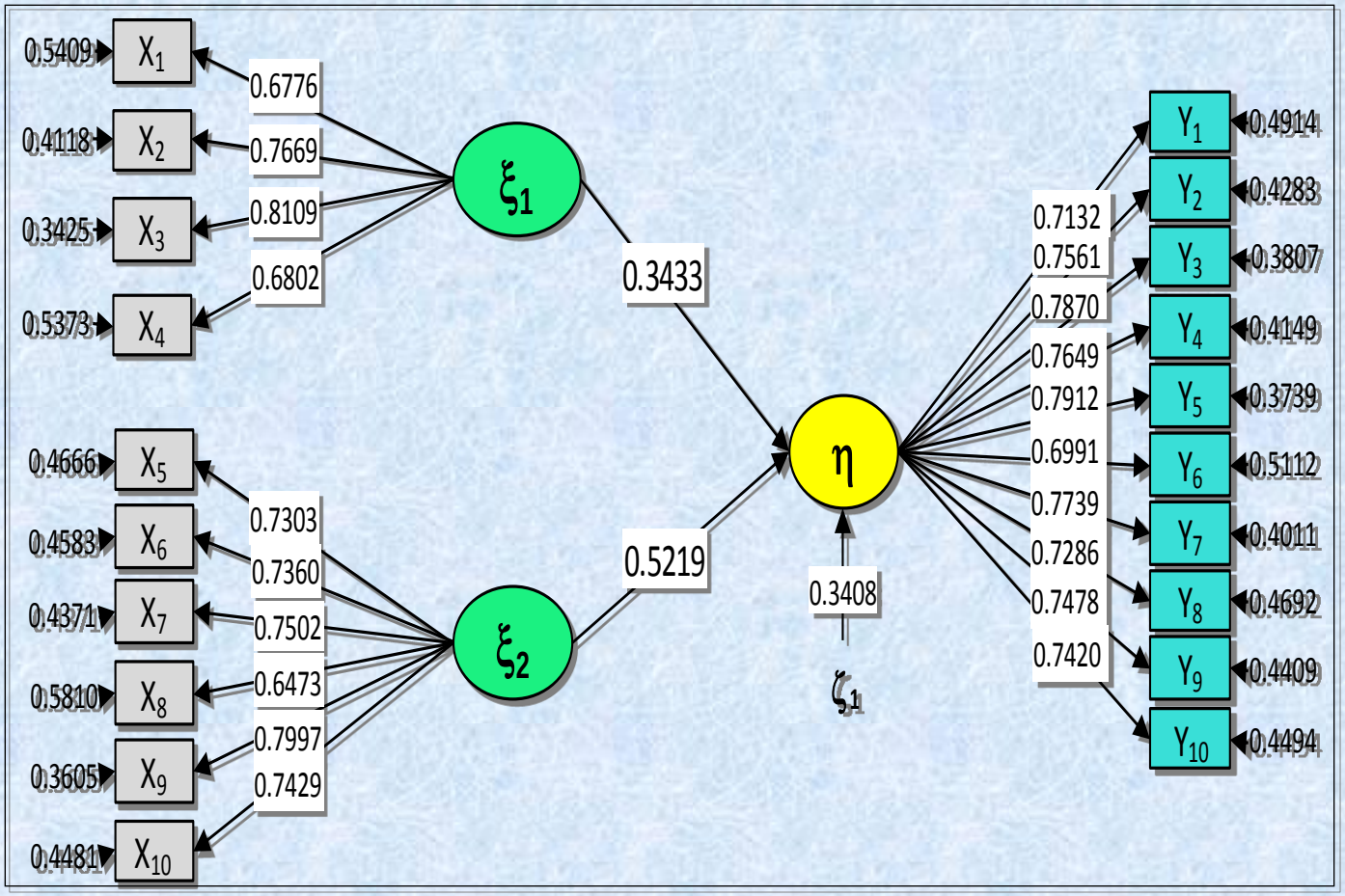
Test of Univariate Normality for Continuous Variables

	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis	
Variable	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
X1	0.233	0.816	-0.522	0.602	0.326	0.849
X2	-0.343	0.732	0.234	0.815	0.173	0.917
X3	0.723	0.470	-0.063	0.950	0.527	0.768
X4	-0.637	0.524	-0.024	0.981	0.406	0.816
X5	0.229	0.819	0.116	0.908	0.066	0.968
X6	0.379	0.705	-0.525	0.600	0.419	0.811
X7	0.439	0.661	-0.178	0.859	0.224	0.894
X8	-0.482	0.630	0.521	0.602	0.504	0.777
X9	-0.565	0.572	0.336	0.737	0.432	0.806
X10	0.077	0.938	-0.671	0.502	0.456	0.796
Y1	-0.647	0.518	0.494	0.621	0.663	0.718
Y2	-0.738	0.461	0.822	0.411	1.221	0.543
Y3	-0.067	0.947	-0.097	0.923	0.014	0.993
Y4	-0.407	0.684	-0.571	0.568	0.492	0.782
Y5	-0.208	0.835	-0.510	0.610	0.303	0.859
Y6	-0.385	0.700	0.192	0.848	0.185	0.912
Y7	-0.736	0.462	0.687	0.492	1.013	0.602
Y8	-0.355	0.722	-0.594	0.552	0.480	0.787
Y9	0.400	0.689	-1.028	0.304	1.217	0.544
Y10	1.577	0.115	-2.585	0.010	9.172	0.010

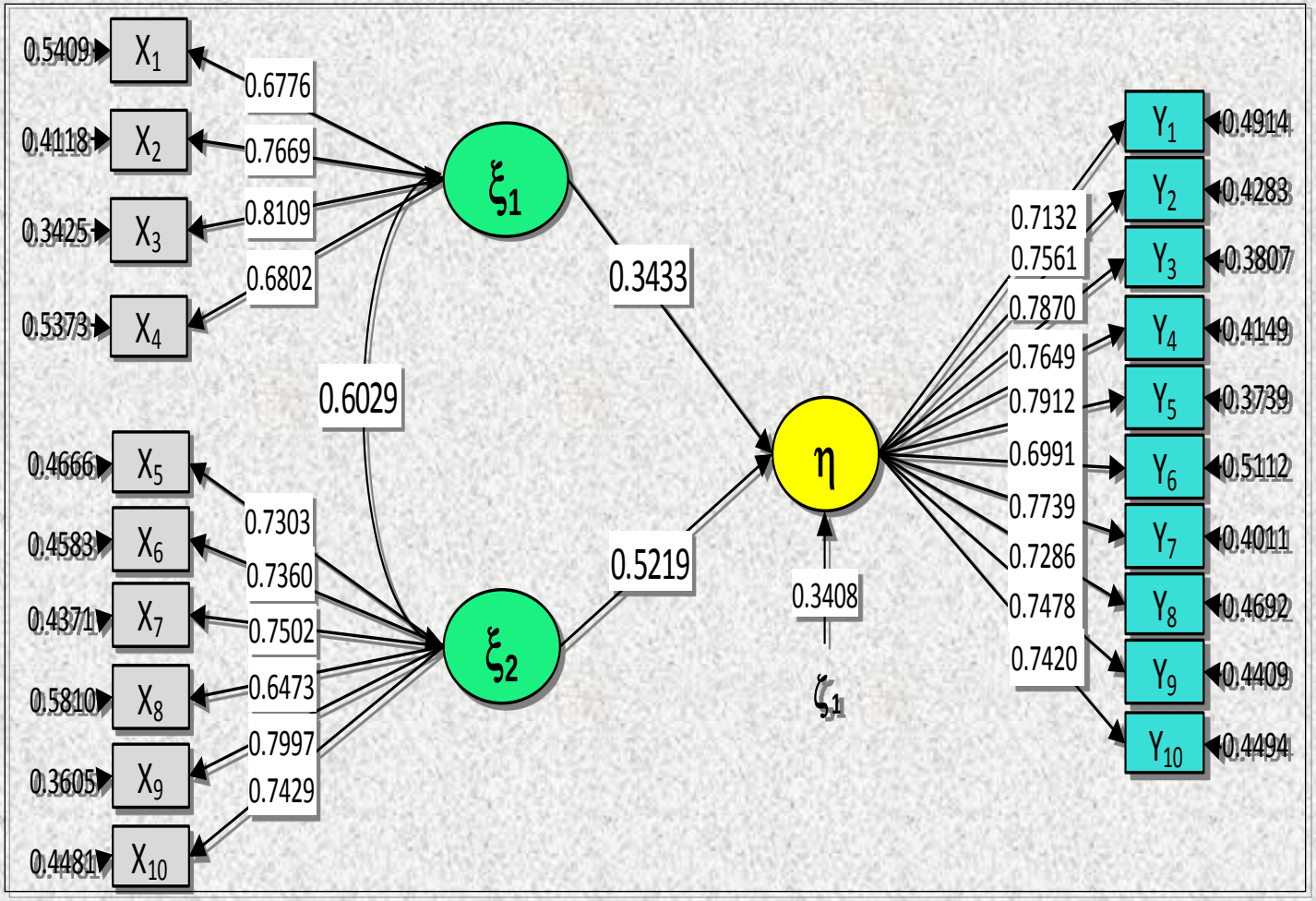
Relative Multivariate Kurtosis = 1.023

Test of Multivariate Normality for Continuous Variables

Skewness			**Kurtosis**			**Skewness and Kurtosis**	
Value	**Z-Score**	**P-Value**	**Value**	**Z-Score**	**P-Value**	**Chi-Square**	**P-Value**
95.059	**5.318**	**0.000**	**449.951**	**2.765**	**0.006**	**35.925**	**0.000**


0.5409
X1
0.4118
X2
0.3425
X3
0.5373
X4
0.6776
0.7669
0.8109
0.6802
ξ1
0.3433
0.4666
X5
0.4583
X6
0.4371
X7
0.5810
X8
0.3605
X9
0.4481
X10
0.7303
0.7360
0.7502
0.6473
0.7997
0.7429
ξ2
0.5219
η
0.3408
ζ1
0.7132
0.7561
0.7870
0.7649
0.7912
0.6991
0.7739
0.7286
0.7478
0.7420
Y1
Y2
Y3
Y4
Y5
Y6
Y7
Y8
Y9
Y10
0.4914
0.4283
0.3807
0.4149
0.3739
0.5112
0.4011
0.4692
0.4409
0.4494

Variabel Manifes	Bobot Faktor		
	Citra	Kepercayaan	Loyalitas
X1	0,6776		
X2	0,7669		
X3	0,8109		
X4	0,6802		
X5		0,7303	
X6		0,7360	
X7		0,7502	
X8		0,6473	
X9		0,7997	
X10		0,7429	
Y1			0,7132
Y2			0,7561
Y3			0,7870
Y4			0,7649
Y5			0,7912
Y6			0,6991
Y7			0,7739
Y8			0,7286
Y9			0,7478
Y10			0,7420
$\sum\lambda$	2,9356	4,4064	7,5038
$\sum\lambda^2$	2,1675	3,2483	5,6391
$\sum\delta$	1,8325	2,7517	4,3609
Construct Reliability	***0,8246***	***0,8759***	***0,9281***
Variance Extracted	***0,5419***	***0,5414***	***0,5639***


0.5409
X1
0.4118
X2
0.3425
X3
0.5373
X4
0.6776
0.7669
0.8109
0.6802
ξ1
0.6029
0.4666
X5
0.4583
X6
0.4371
X7
0.5810
X8
0.3605
X9
0.4481
X10
0.7303
0.7360
0.7502
0.6473
0.7997
0.7429
ξ2
0.3433
0.5219
η
0.3408
ζ1
0.7132
0.7561
0.7870
0.7649
0.7912
0.6991
0.7739
0.7286
0.7478
0.7420
Y1
Y2
Y3
Y4
Y5
Y6
Y7
Y8
Y9
Y10
0.4914
0.4283
0.3807
0.4149
0.3739
0.5112
0.4011
0.4692
0.4409
0.4494

Besar Pengaruh Citra Institusi dan Kepercayaan Mahasiswa TerhadapLoyalitas Mahasiswa

Variabel Laten	Koefisien Pengaruh	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Total
ξ_1	0,3433	11,78%	10,80%	**22,58%**
ξ_2	0,5219	27,24%	10,80%	**38,04%**
Total Pengaruh SecaraBersama-sama =				**60,62%**



Kesimpulan

- Berdasarkan tanggapan dan mahasiswa mengenai berbagai aspek dari citra institusi, secara keseluruhan menunjukkan bahwa hampir semua aspek dinilai baik oleh para mahasiswanya. tetapi nampaknya aspek pandangan mengenai reputasi akademik berkaitan dengan kompetensi pengajar dinilai kurang baik jika dibandingkan dengan aspek-aspek yang lain.

- Kepercayaan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas mahasiswa. Hampir semua aspek-aspek kepercayaan dinilai baik oleh mahasiswa. Tetapi, nampaknya kepercayaan mengenai konsistensi jasa dari waktu ke waktu dinilai kurang baik jika dibandingkan dengan aspek-aspek yang lain.
- Secara parsial dan simultan citra institusi dan kepercayaan mahasiswa mampu mempengaruhi loyalitas mahasiswa.

Saran

- Pengelolaan citra institusi harus mampu dilakukan oleh Program Studi agar dapat memberikan pelayanan yang baik kepada mahasiswa. Program studi perlu fokus terhadap kompetensi pengajar yang dilakukan oleh dosen mata kuliah yang bersangkutan. Pengajar harus memperhatikan kedalaman materi yang diberikan pada mahasiswa.

- Program studi harus memperhatikan kualitas jasa pendidikan yang kurang konsisten dari waktu ke waktu. Upaya membangun kepercayaan mahasiswa dilakukan dengan membentuk penilaian positif mereka mengenai kualitas jasa program studi. Hal ini dilakukan dengan fokus pada performansi kualitas jasa.
- Program Studi harus mampu membangun citra dan kepercayaan yang baik di mata mahasiswa agar mahasiswa tersebut menjadi loyal terhadap Universitasnya.

WWW.WALLCOO.COM

Sekian

dan

Terima Kasih

