

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Melalui Word Of Mouth (WOM)

Oleh:

Mochammad Rifan Pratama

Dosen Pembimbing:

Risca Fitri Ayuni SE., MBA., MM.

Abstrak

Tujuan – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *Word Of Mouth (WOM)*

Metodologi penelitian – Penelitian ini menggunakan Analisis Jalur (*Path*) untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Melalui *Word Of Mouth (WOM)*, serta pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa, variabel Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth (WOM)*, variabel *Word Of Mouth (WOM)* terhadap Kepuasan Mahasiswa.

Hasil dan Pembahasan – Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap *Word Of Mouth (WOM)*, *Word Of Mouth (WOM)* berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *Word Of Mouth (WOM)*.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Mahasiswa, *Word Of Mouth (WOM)*

1. Pendahuluan

Perguruan tinggi merupakan salah satu bentuk organisasi bisnis yang bergerak dibidang pelayanan sosial dan pendidikan. Secara umum perguruan tinggi dapat di kategorikan menjadi 2 yaitu perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta. Di Kota Malang setidaknya terdapat 31 perguruan tinggi yang berlomba-lomba untuk dapat memuaskan konsumennya. Kualitas Pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat membentuk kepuasan mahasiswa. Penelitian terdahulu menjadikan kualitas pelayanan sebagai salah satu atribut dari keunggulan yang secara signifikan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Krisnhoe Winda Pinasti, 2015)

Kepuasan Mahasiswa menjadi faktor penentu tumbuhnya *word of mouth (WOM)*. Mahasiswa yang telah merasakan di sebuah perguruan tinggi, akan merasakan nilai yang diberikan oleh perguruan tinggi tersebut. Setelah mahasiswa merasakan, mereka akan membandingkan nilai yang diterimanya. Apabila nilai tersebut melebihi nilai yang diharapkan maka mahasiswa akan merasa puas dan memiliki minat untuk melakukan rekomendasi kepada orang lain. Penelitian terdahulu sudah membuktikan bahwa kepuasan Mahasiswa memiliki hubungan terhadap *word of mouth (WOM)* (Reza Abachian Ghassemi et al., 2012).

Word Of Mouth merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Saat ini meningkatkan *word of mouth* menjadi perhatian penting bagi perguruan tinggi untuk mengetahui sejauh mana perguruan tinggi ini berhasil. Penelitian terdahulu juga telah membuktikan bahwa *word of mouth* dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa (Angel Jiwanto, 2012).

Penelitian ini memilih Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya sebagai subyek penelitian. Universitas Brawijaya dipilih menjadi obyek karena perguruan tinggi ini menjadi perguruan tinggi terbanyak menerima mahasiswa dari tiap tahunnya. Hal tersebut menjadikan Universitas Brawijaya menarik untuk dipilih sebagai obyek penelitian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan mahasiswa melalui *word of mouth*. Tujuan penelitian ini secara lebih spesifik adalah:

- Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa
- Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap *Word Of Mouth (WOM)*
- Untuk mengetahui pengaruh *Word Of Mouth (WOM)* terhadap Kepuasan Mahasiswa
- Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *Word Of Mouth (WOM)*

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas Pelayanan

Christopher (2013) mendefinisikan adalah bahwa jasa itu lebih merupakan penampilan kinerja dibanding sebagai suatu benda, dan karena jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud maka jasa hanyalah dirasakan dan dialami bukan dimiliki, Pelanggan diharapkan dapat terlibat secara aktif dalam proses penciptaan pelayanan, delivery, dan pemakaian jasa tersebut. Menurut Irawan (2002) Mendefinisikan kualitas pelayanan adalah suatu permulaan dari kepuasan pelanggan dan juga hasil dari kepuasan pelanggan, baik kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan ini mempengaruhi intensitas kunjungan yang lebih kuat sehingga peningkatan kualitas pelayanan harus berorientasi pada pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen..

2.2 Kepuasan Pelanggan

Zeithmal dan Bitner (2003) mengatakan bahwa konsumen yang mereka puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, konsumen akan sangat puas atau senang. Kinerja dari perusahaan sangat berpengaruh pada kepuasan konsumen karena layanan perusahaan tidak dapat dipisahkan dari perusahaan itu sendiri.

2.3 *Word Of Mouth (WOM)*

Philip Kotler (2007) mengemukakan bahwa *Word Of Mouth Communication (WOM)* atau komunikasi dari mulut ke mulut merupakan proses komunikasi yang berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok terhadap suatu produk atau jasa yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. Komunikasi dari mulut ke mulut merupakan salah satu saluran komunikasi yang sering digunakan oleh perusahaan yang memproduksi baik barang maupun jasa karena komunikasi dan mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) dinilai sangat efektif dalam memperlancar proses pemasaran dan mampu memberikan keuntungan kepada perusahaan.

2.4 Hipotesis

Pada penelitian ini terdapat empat hipotesis yaitu:

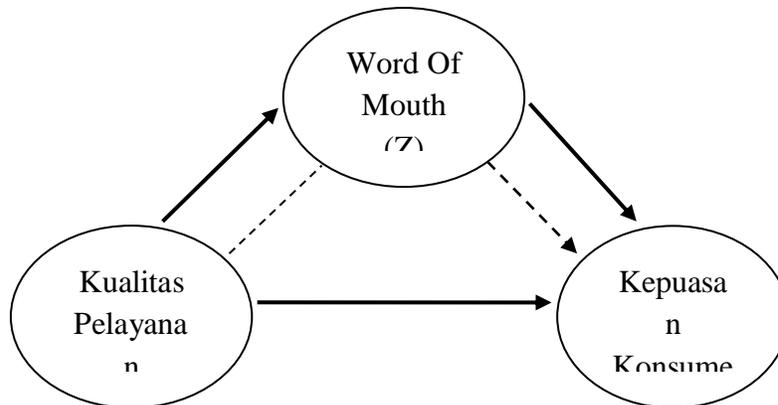
H₁: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa

H₂: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap *Word Of Mouth (WOM)*

H₃: *Word Of Mouth* berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa

H₄: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui *Word Of Mouth (WOM)*.

Gambar 1: Kerangka Hipotesis



3. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya, dimana tidak semua populasi dijadikan sampel pada penelitian ini. Sampel pada penelitian ini diambil dengan menggunakan *Simple Random Sampling* dengan kriteria mahasiswa aktif sebagai mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas brawijaya, sehingga didapatkan sebanyak 100 responden. Pada penelitian ini, kuesioner di desain untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel bebas, kepuasan mahasiswa sebagai variabel terikat, dan *word of mouth* sebagai variabel intervening. Penelitian mengenai variabel kualitas pelayanan terdiri dari indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Indikator untuk variabel kepuasan mahasiswa adalah Fasilitas sesuai harapan, pelayanan karyawan sesuai harapan, keputusan sesuai harapan, persepsi sesuai dengan keinginan. Indikator untuk *word of mouth* adalah niat merekomendasi, menceritakan hasil positif, mengajak rekan, kuantitas WOM. Item pada kuesioner ini diukur menggunakan skala Likert. Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*) untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh langsung yang ditimbulkan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat dan juga pengaruh tidak langsungnya melalui variabel intervening.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari pengumpulan data, diperoleh bahwa dari 100 responden terdapat 61% perempuan dan 39% laki-laki dengan usia terbanyak 23 tahun. Responden terbanyak adalah mahasiswa manajemen dengan angkatan 2012. Kuesioner yang disebar telah memenuhi uji validitas dan uji reliabilitas. Data yang diperoleh juga memenuhi seluruh uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji linearitas. Karena data sudah memenuhi asumsi-asumsi klasik

maka data memenuhi syarat untuk analisis regresi. Hasil dari analisis regresi akan menghasilkan koefisien path dan nilai t_{hitung} untuk pengujian hipotesis.

Tabel 1: Hasil Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Standardized Coefficients Beta	t_{hitung}	Sig t (Probabilitas)	Keterangan
Kualitas pelayanan	Kepuasan	0,667	8,855	0,000	Signifikan
Koefisien Determinasi (R^2) : 0,444= 44,4%					
N= 100					

Dari hasil regresi di atas maka diperoleh koefisien path untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,667. Hubungan antara kedua variabel ini signifikan karena dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari α yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 0,005. Hipotesis yang menguji pengaruh langsung antara suasana toko terhadap kepuasan mahasiswa dapat diterima karena nilai t_{hitung} adalah 8,855. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Mahasiswa, sehingga H_0 ditolak.

Tabel 2: Hasil Analisis Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap *Word Of Mouth* (WOM)(Z)

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Standardized Coefficients Beta	t_{hitung}	Sig t (Probabilitas)	Keterangan
Kualitas Pelayanan	<i>WOM</i>	0,772	12,009	0,000	Signifikan
Koefisien Determinasi (R^2) : 0,595 = 59,5%					
N= 100					

Dari hasil regresi di atas maka diperoleh koefisien path untuk variabel kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* sebesar 0,772. Hubungan antara kedua variabel ini signifikan karena dari tabel diatas diperoleh nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari α yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 0,005. Hipotesis yang menguji pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* dapat diterima karena nilai t_{hitung} adalah 12,009. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap *word of mouth*, sehingga H_0 ditolak.

Tabel 3: Hasil Analisis Jalur Pengaruh *Word Of Mouth* (Z) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel Eksogen	Variabel Endogen	Standardized Coefficients Beta	t _{hitung}	Sig t (Probabilitas)	Keterangan
WOM	Kepuasan	0,701	9,734	0,000	Signifikan
Koefisien Determinasi (R²) : 0,492= 49,2%					
N= 100					

Dari hasil regresi di atas maka diperoleh koefisien path untuk variabel *word of mouth* (WOM) terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 0,701. Hubungan antara kedua variabel ini signifikan karena dari tabel di atas diperoleh nilai signifikansi 0.000 atau kurang dari α yang dipakai dalam penelitian ini yaitu 0,005. Hipotesis yang menguji pengaruh langsung antara variabel kualitas pelayanan terhadap *word of mouth* dapat diterima karena nilai t_{hitung} adalah 9,734. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara variabel *word of mouth* (WOM) terhadap kepuasan mahasiswa, sehingga H₀ ditolak.

Untuk mengetahui besarnya koefisien dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa melalui *word of mouth* (WOM), disajikan dalam tabel berikut:

Variabel	Variabel Endogen	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect	t	Sig.	Ket.
Kualitas pelayanan	WOM	0,772	0	0,772	12,009	0,000	Signifikan
WOM	Kepuasan	0,701	0	0,701	0,492	0,000	Signifikan
Kualitas pelayanan	Kepuasan	0,438	(0,701x0,438) =0,307	0,745	7,8415	0,000	Signifikan
N= 100							

$$Y_2 = PY_2X + (PY_1X \times PY_2Y_1)$$

Direct Effect (pengaruh langsung) kualitas pelayanan terhadap WOM yaitu sebesar 0,772.

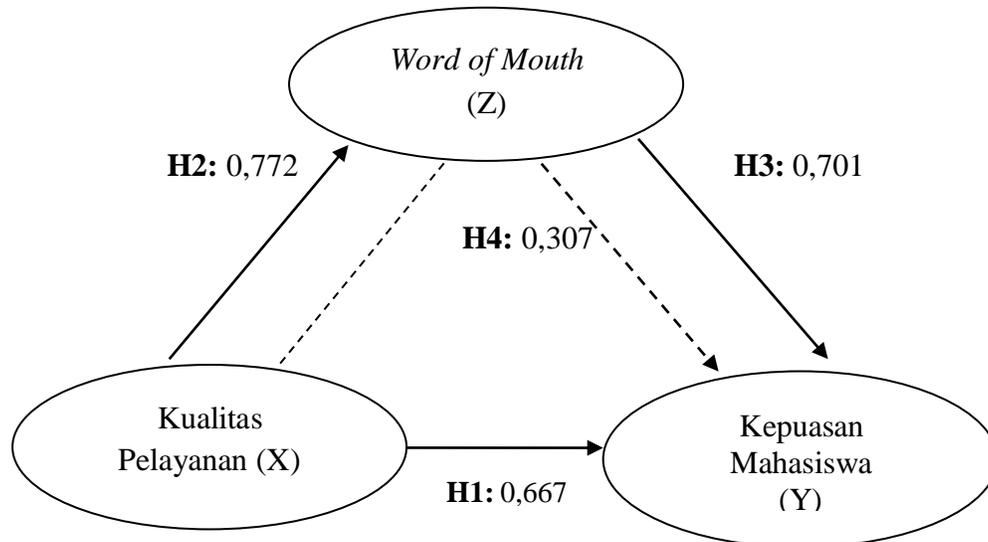
$$\begin{aligned} \text{Indirect Effect (IE)} &= PY_1X \times PY_2Y_1 \\ &= 0,701 \times 0,438 \\ &= 0,307 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Total Effect } t &= PY_2X + (PY_1X \times PY_2Y_1) \\ &= 0,438 + (0,701 \times 0,438) \\ &= 0,745 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan di atas menunjukkan *word of mouth* (WOM) terbukti sebagai variabel intervening dengan *Indirect Effect* yang bernilai 0,307, sedangkan pengaruh total variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa melalui *word of mouth* (WOM) sebesar 0,745.

Setelah seluruh koefisien path diketahui maka dapat dibuat diagram jalur sebagai berikut:

Gambar 2: Diagram Jalur



5. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan mahasiswa, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *word of mouth* (WOM), variabel *word of mouth* (WOM) berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa melalui *word of mouth* (WOM). Dari hasil analisis data maka penulis dapat memberikan beberapa saran untuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Hasil kuesioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan hendaknya lebih diperhatikan karena dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Meningkatkan pelayanan yang berkualitas kepada karyawan. Meningkatkan *word of mouth* (WOM) dengan cara melakukan kualitas pelayanan yang baik.

Daftar Pustaka

- Abachian,Reza., 2012, "*Influential Factors On Word Of Mouth In Service Industries*", *Macrothink Institute*, Vol.2, No.6
- Allsop, Dee T, Bryce R. Basset and James A. Hoskins. 2007, *Word Of Mouth Research: Principles and Applications*, *Journal of Advertising Research*, Vol.1 No.1
- Ardani,Wayan, 2012, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Word Of Mouth*", *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol.1. No.2
- Assael,H., 2004, *Consumer Behavior : A Strategic Approac*, Edisi 6, MA: Houghton Mifflin Company, Boston.
- Ghozali, Imam., 2007, *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadi,Purwo., 2015, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*", *Skripsi*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah, Malang.
- Irawan, Handi., 2002, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.

- Jiwanto, Angela, 2012, "Influence Of Service Quality, University Image, And Student Satisfaction Toward Intention: A Case Study On Universitas Pelita Harapan Surabaya", *Science Direct*, Vol.40. No.16-23
- Khalaf, Mohammad., 2012, "Attrativeness Factor Influencing Shoppers Satisfaction, Loyalty, AND Word Of Mouth: An Emperical Investigation Of Saudi Arabia Shoping Malls", *Sciedu Press*, Vol.3. No.6
- Kitapci, Olgun., 2014, "The Impact Of Service Qulity Dimensions On Patient Satidfication, Repurpchase Intensions And Word Of Mouth Comunication In The Public Healthcare Industry", *Science Direct*, Vol.148, No.161-169
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- _____., 2009, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2 Edisi 13, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Christopher, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry., 2013, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi (Perspektif Indonesia)*, Jilid 1 Edisi 7, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Hamdani., 2006, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyoadi, R. dan Hamdani A., 2009, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, No.191-200, Salemba Empat, Jakarta.
- Mirah, Ayu., 2011, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Word Of Mouth", *Tessi*, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar.
- Parasuraman, A., Berry, L., & Zeithaml, V., 1991, *Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale*, *Journal of Retailing*, No.420-450
- Ridwan dan Engkos, A. Kuncoro., 2008, *Analisis jalur (Path Analisis)*, Edisi kedua, Alfabeta, Bandung.
- Santoso., 2002, *Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sarwono, Jonathan., 2007, *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Sekaran, Uma., 2006, *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Edisi 4 Buku 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sunarto, 2006, *Pengantar Manajemen*, Alfabeta, Bandung.
- Sweeney, J.C., Soutar, G.N., Mazzarol, T., 2008, "Factors Influencing Word of Mouth Effectiveness: Receiver Perspectives", *European Journal of Marketing*", Vol. 42, No. 344-364.
- Tjiptono, Fandy., 2006, *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____., 2007, *Strategi Pemasaran*, edisi kedua, cetakan ketujuh, Andi Offset, Yogyakarta.
- _____., 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra., 2012, *Pemasaran Strategik*, Edisi 2, Andi Offset, Yogyakarta.
- Winda, Krisnhoe., 2015, "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Minat Word Of Mouth", *Skripsi*, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Zeithaml, V.A., Berry, LL., Parasuraman, A., 1996, *The Behavioral Consequences of Service Quality*, *Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 31-46.
- Zeithaml, Valarie A and Bitner, M.J., 2003, *Service Marketing*, *Tata McGraw-Hill*, New York.