

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengumpulan data, pengolahan serta analisis baik secara deskriptif maupun statistik dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat tujuh faktor yang membentuk kualitas layanan, yaitu produk, prosedur, sikap staf, nilai-nilai dosen, proses pembelajaran, reliabilitas, dan pengetahuan & sikap dosen,
2. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen.
3. Kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen.
4. Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen.
5. Kepuasan merupakan variabel yang memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

1. Hanya empat dari dua puluh dua Program Studi Magister Manajemen di Surabaya yang dijadikan tempat penelitian. Jumlah ini dirasa masih terlalu sedikit untuk dapat mewakili keseluruhan Program Studi.

2. Pada proses penentuan tempat penelitian menggunakan *simple random sampling* tidak memperhatikan aspek akreditasi masing-masing Program Studi.
3. Pengujian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat terbatas pada variabel kualitas layanan dan kepuasan sehingga menghasilkan nilai R^2 yang tidak lebih dari 70 persen.

5.3. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Disarankan bagi peneliti selanjutnya:
 - a. Sebaiknya untuk menambah jumlah Program Studi yang dijadikan tempat penelitian agar hasil penelitian semakin dapat mewakili keadaan yang sebenarnya
 - b. Sebaiknya membahas tentang peran mediasi dari variabel kepuasan pada pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas.
 - c. Sebaiknya melibatkan variabel lain yang juga mempengaruhi loyalitas, misalnya pengujian terhadap faktor demografi. Dari beberapa penelitian yang ada menyatakan bahwa faktor demografi juga memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas, sehingga nantinya hasil penelitian menjadi lebih sempurna dan dapat dimanfaatkan oleh masyarakat, terutama Pengelola Program Studi.
2. Bagi Pengelola Program Studi:
 - a. Memanfaatkan hasil penelitian tentang faktor-faktor yang membentuk kualitas layanan, yaitu produk, prosedur, sikap staf,

nilai-nilai dosen, proses pembelajaran, reliabilitas serta pengetahuan & sikap dosen. Faktor produk dan prosedur adalah faktor terbesar yang membentuk kualitas layanan, sehingga dapat dijadikan rujukan untuk merumuskan strategi pemasaran, seperti menawarkan beragam program yang mendukung proses pembelajaran (seminar, *talkshow*, kuliah tamu, lomba, dan kunjungan kerja), penyediaan fasilitas yang lengkap, dan promosi tentang serikat mahasiswa. Namun demikian, masih terdapat item-item lain yang perlu ditingkatkan kinerjanya, seperti nilai keterbukaan yang dimiliki oleh dosen pengajar. Sebaiknya ketika proses pembelajaran, dosen dapat dengan terbuka menunjukkan kinerja yang telah dicapai oleh mahasiswanya sehingga mahasiswa mengetahui sampai sejauh mana penilaian yang dilakukan. Selain itu, penilaian terhadap pengetahuan akan prosedur dan cara staf melayani mahasiswa masih kurang sehingga perlu diberikan pelatihan secara berkala.

- b. Kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas dengan dimediasi oleh kepuasan. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung akan loyal jika telah puas, sehingga penting untuk Program Studi mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa. Berdasarkan data, masih banyak mahasiswa yang tidak puas dengan suasana belajar yang ada di kampus. Hal ini disebabkan oleh penyediaan fasilitas dan peralatan yang kurang memadai, ukuran kelas dan dorongan Program Studi terhadap serikat mahasiswa.

Hendaknya program Studi dapat melakukan usaha perbaikan atas sebab ketidakpuasan mahasiswa yang telah disebutkan di atas.

- c. Mengadakan *loyalty program* guna meningkatkan loyalitas mahasiswa dari tahapan loyalitas kognitif menjadi lebih tinggi, seperti pemberian potongan biaya kuliah untuk kerabat/teman alumni serta pemberian *reward* bagi yang telah bersedia mengajak kerabat untuk bergabung di Program Studi Magister Manajemen.



DAFTAR RUJUKAN

- Aga, Mehmet & Okan Veli S, 2007. "An Empirical Investigation of Service Quality and Customer Satisfaction in Professional Accounting Firms in North Cyprus", *Problems and Perspective in Management*, Vol. 5 No. 3.
- Basu Swastha Dharmesta & T. Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Brocado, Ana, 2009. "Comparing Alternative Instrument To Measure Service Quality In Higher Educatio", *Quality Assurance in Education*, Vol. 17 No.2 pp 174-190
- Budiarto Subroto & Dolly Sanjaya Nasution, 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Manajemen Usahawan Lembaga Manajemen FE UI.
- Chahal, Hardeep & Neetu Kumari, 2011. "Evaluating Customer Relationshi Dimension in Health Care Sector Indoor Patients", *Management Research Review* Vol. 34 , pp. 626-648.
- Cronin, J. J. Jr and Taylor, S. A., 1994. "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based And Perceptions-Minus-Expectations Measurement Of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol. 58, pp. 125-131.
- David Wijaya, 2012. *Pemasaran Jasa Pendidikan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dutka, Alan, 1994. *AMA Handbook For Customer Satisfaction*. NTC Business Books.
- Dwi Aryani & Febrina R., 2010. "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas", *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administras dan Organisasi* , Vol. 17 No. 2 hal. 114-126.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W., 1995. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fandy Tjiptono, 2000. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- _____, 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.

- Firdaus, A., 2006. "The Development Of Hedperf : A New Measuring Instrument Of Service Quality For Higher Education Sector". *International Journal Of Consumer Studies*, Vol. 30 No. 6, pp. 569-581.
- Hill, Y., Lomas, L., & MacGregor, J., 2003. "Students' perceptions of quality in higher education". *Quality Assurance in Education*, vol 11(1), 15-20.
- Imam Ghozali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- _____, 2014. *Structural Equation Modeling : Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali & Hengky Latan, 2014. *Partial Least Squares : Konsep, Metode dan Aplikasi*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Iqbal, Aneza, 2014. "Effect of Relationship Quality on Customer Loyalty", *International Journal of Information, Business and Management*, Vol.6 No.2 , pp. 41-52.
- Jumlah Program Studi Magister Manajemen di Indonesia (<http://forlap.dikti.go.id/prodi/search>, diakses tanggal 05 Januari 2016).
- Kotler, P., & Keller, K. L., 2015. *Marketing Management*. Fifteen Edition, New York : Pearson Education.
- Kwan, P & Ng. P., 1999. "Quality Indicators In Higher Education – Comparing Hongkong And China's Students". *Managerial Auditing Journal*, Vol. 14 No.1 pp. 20-27.
- Lovelock, Christopher & Wirtz, Jochen, 2011. *Service Marketing : People, Technology, Strategy*. Seventh Edition. New Jersey : Pearson Education.
- Malhotra, N. K., 2010. *Marketing Research and Applied Orientation*. New Jersey : Practice Hall International Inc.
- Mansori, Vaz & Ismail, 2014. "Service Quality, Satisfaction and Student Loyalty in Malaysian Private Education", *Asian Social Science*, Vol. 10 No.7, pp. 57-66.
- Mudrajad Kuncoro, 2013. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis? Edisi Keempat*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen, John C., & Minor Michael, 2000. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

Oliver, Richard, 1997. "A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction : Compatible Goal, Different Concept", *In Advance Service Marketing and Management*, Vol. 2.

O'Neil, M & Wright, C., 2002. "Service Quality Evaluation in The Higher Education Sector : An Empirical Investigation Of Student Perception". *Higher Education Research And Development*, Vol. 21 No. 2, pp. 23-40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L., 1985. "A Conceptual Model Of Service Quality", *Journal of Marketing Vol. 49*, pp. 41-50.

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No. 49 tahun 2014 tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi.

Pollack, Birgit Leisen, 2009. "Linking the Hierarchical Service Quality Model (HQSM) to Customer Satisfaction & Loyalty", *Journal of Service Marketing* , Vol. 23 No. 1, pp. 42-50.

Santouridis, Ilias & Panagiotis Trivellas, 2010. "Investigating the Impact of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Mobile Telephony in Greece". *The TQM Journal*, Vol. 22 No. 3, pp. 330-343.

Sohail, M.S & Shaikh, N.M., 2004. "Quest For Excellence In Business Education : A Study Of Service Quality". *International Journal Of Educational Management*, Vol. 18 No. 1, pp. 58-65.

Tan, K.C & Kek, S.W., 2004. "Service Quality In Higher Education Using An Enhanced SERVQUAL Approach". *Quality In Higher Education*, Vol 10 No.1, pp. 17-24.