

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Kualitas Layanan

Kotler dan Keller dalam (Hidayati, 2020), mengatakan mutu layanan adalah totalitas karakteristik layanan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan menurut (Gruber, et, al, 2010) kualitas layanan didefinisikan sebagai kualitas yang dirasakan yang dihasilkan dari perbedaan antara harapan layanan pelanggan dan persepsi kinerja layanan yang sebenarnya. Berdasarkan definisi-definisi tentang mutu layanan tersebut dapat disimpulkan bahwa mutu layanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen. Konsep dasar dari suatu layanan (jasa) maupun kualitas dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai pemenuhan yang dapat melebihi dari apa yang diinginkan atau diharapkan oleh pelanggan (Hidayati, 2020).

Penelitian tentang kualitas layanan awalnya dipopulerkan oleh penelitian yang dilakukan (Parasuraman, et, al. 1988). Penelitian ini meneliti berbagai bentuk jasa seperti appliance repair and maintenance, retail banking, securities brokerage, long-distance telephone dan credit cards. Hasil penelitian ini memberikan lima dimensi dalam mengukur kualitas layanan (SERVQUAL) yaitu:

1. Tangibility: fasilitas fisik, peralatan dan penampilan pegawai.

2. Reliability: kemampuan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat.
3. Responsiveness: kesediaan untuk membantu pelanggan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kepercayaan diri.
4. Empathy: perhatian, perhatian individual memberikan kepada pelanggan.
5. Assurance: pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menginspirasi kepercayaan dan kepercayaan diri.

Hasil ini banyak digunakan oleh penelitian-penelitian yang terkait dengan pengukuran kualitas layanan. Namun pengukuran ini juga banyak mendapat kritikan, sehingga belum bisa ditemukan cara yang terbaik untuk mengukur kualitas layanan (Chen, 2016). Penelitian kualitas di perguruan tinggi juga belum bisa menemukan kualitas layanan terbaik.

Leisyte, et, al. (2011) menyatakan bahwa mahasiswa sebagai pemangku kepentingan perlu dilibatkan dalam manajemen mutu dan proses penjaminan mutu internal di perguruan tinggi sebagai mitra setara yang juga tertuang dalam European Standards and Guidelines for Quality Assurance. Model SERVQUAL memungkinkan institusi pendidikan tinggi untuk menilai kepuasan mahasiswa sebagai pemangku kepentingan utama mereka dengan layanan yang diberikan oleh institusi pendidikan tinggi. Menilai kualitas layanan perguruan tinggi dengan mengukur harapan dan persepsi mahasiswa merupakan alat yang berharga bagi manajemen institusi untuk meningkatkan kualitas layanan dan fokus pada sumber

daya yang dibutuhkan untuk meningkatkannya. Oleh karena itu, kualitas layanan adalah hal penting dalam penelitian ini untuk menilai kualitas layanan pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta dengan mahasiswa sebagai penilai kualitas layanan. Dimensi kualitas layanan dalam penelitian ini terdiri atas lima dimensi yaitu, tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy.

2.1.2. Citra Universitas

Istilah “citra” umumnya digunakan oleh para peneliti di domain pemasaran untuk merujuk pada persepsi aktual dari sebuah organisasi yang dipegang oleh pemangku kepentingan eksternal (Brown et al. 2006). Karaosmanoglu dan Melewar (2006, 198) mendefinisikan citra perusahaan sebagai, 'kumpulan makna yang dengannya suatu objek diketahui dan melalui mana orang menggambarkan, mengingat, dan menghubungkannya ... itu adalah hasil bersih dari interaksi keyakinan, ide seseorang, perasaan dan kesan tentang suatu organisasi pada waktu tertentu.' Citra dalam perspektif perguruan tinggi adalah kesan atau pengalaman secara keseluruhan yang dirasakan masyarakat, calon mahasiswa, mahasiswa dan institusi lain terhadap suatu perguruan tinggi (Harahap, et, al. 2020). Terkait dengan fasilitas pendidikan, nama baik perguruan tinggi, kualitas pendidikan seperti ; akreditasi perguruan tinggi, fakultas dan program studi yang ada di kampus tersebut.

Sementara banyak penelitian telah meneliti aspek citra perusahaan sehubungan dengan organisasi bisnis, hanya sedikit yang meneliti citra universitas

(Arpan, Raney, dan Zivnuska 2003). Karena universitas menjadi lebih terbuka terhadap kekuatan pasar yang kompetitif, pemasaran menjadi lebih penting dalam berkontribusi pada penciptaan citra institusional yang menguntungkan yang akan membantu menarik mahasiswa, staf, dan sumber daya. Evaluasi terhadap citra institusi memberikan wawasan bagi institusi untuk mengukur kekuatannya untuk kemudian dibahas. Mengacu pada definisi tersebut, citra universitas mencakup kesan seseorang terhadap universitas (Arpan et al., 2003; Landrum et al., 1998). Arpan dkk. (2003) menyebutkan tiga faktor yang mempengaruhi citra universitas, yaitu faktor akademik, faktor atletik dan luasnya liputan berita universitas. Dalam penelitian ini, fokusnya adalah pada persepsi mahasiswa terhadap institusi pendidikan tinggi. Temuan empiris dari berbagai pengaturan layanan memberikan bukti yang mendukung hubungan positif antara kualitas layanan dan citra (Cheng et al. 2008; Lai et al. 2009; Wu 2014).

2.1.3. Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan siswa adalah “sejauh mana kinerja layanan institusi memenuhi perhitungan siswa” (Weirs-Jenssen et al., 2002; Salami, 2005; Roberts-Lombard, 2009). Kepuasan siswa dipengaruhi oleh harapan siswa dan persepsi mereka tentang layanan dan kualitas layanan yang diberikan (Hu et al., 2009; Babaei, 2015). Tingkat kepuasan mahasiswa merupakan indikator sejauh mana fakultas dan universitas memenuhi harapan dan tujuan mereka (Appuhamilage dan Torii, 2019). Tingkat kepuasan berbeda menurut jenis mahasiswa yang hadir (Wilkins dan Balakrishnan, 2013) dan kinerja yang dirasakan dari layanan pendidikan yang diberikan oleh institusi (Mukhtar et al., 2015). Faktor kritis tertentu seperti kualitas

fasilitas, kualitas program gelar dan citra mempengaruhi kepuasan mahasiswa di universitas (Weerasinghe dan Fernando, 2018).

Menurut Tan dan Kek (2004) kualitas pendidikan ditentukan dari sejauh mana keinginan dan harapan mahasiswa terpenuhi. Pendidikan yang berkualitas dapat dilihat sebagai rangkaian deskripsi dalam suatu paket belajar dan bagaimana hal itu disediakan untuk memenuhi harapan penerimanya (Korka, 2009). Siswa yang menganggap pendidikan berkualitas sangat tinggi kemungkinan akan menunjukkan niat perilaku positif terhadap institusi (Frances, 1995). Saat ini, siswa lebih banyak menilai tentang penyelenggaraan pendidikan yang berkualitas dibandingkan dengan masa lalu (Worlu et al., 2016). Dengan demikian, evaluasi kepuasan mahasiswa dianggap penting bagi manajer pendidikan tinggi ketika menetapkan tujuan strategis (Oldfield dan Baron, 2000). Kepuasan mahasiswa terhadap universitas memiliki kesejahteraan kelembagaan, individu, dan sosial. Menurut argumen institusional, siswa yang puas jauh lebih mungkin untuk bertahan dalam studi mereka dan berhasil secara akademis. Kepuasan mahasiswa dapat dengan mudah dicapai dengan standar layanan yang luar biasa. Ini akan membantu institusi pendidikan tinggi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di lingkungan pendidikan tinggi saat ini (Huang et al., 2012).

Para ahli yang berbeda berpendapat bahwa kualitas layanan merupakan cikal bakal kepuasan mahasiswa (Ogunnaike et al., 2018; Zeithaml et al., 2009; Parasuraman et al., 1988) Menurut MarzoNavarro et al. (2005) kepuasan siswa adalah gagasan multi-faceted, yang melibatkan berbagai dimensi. Elliott dan Shin (2002) juga menegaskan bahwa kepuasan siswa adalah penilaian positif pribadi

siswa dari beberapa konsekuensi dan keterlibatan yang berhubungan dengan sekolah mereka. Kepuasan siswa menunjukkan sejauh mana harapan siswa tercapai. Ketatnya persaingan dalam pendidikan tinggi telah memaksa lembaga pendidikan tinggi untuk memberikan pengalaman belajar yang luar biasa untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar di sektor ini (Curtiset al., 2009). Berdasarkan tingkat kompetisi ini, perguruan tinggi modern lebih memperhatikan kepuasan peserta didik (De Jager dan Gbadamosi, 2013).

Kepuasan mahasiswa terhadap universitas memiliki kesejahteraan kelembagaan, individu, dan sosial. Menurut argumen institusional, siswa yang puas jauh lebih mungkin untuk bertahan dalam studi mereka dan berhasil secara akademis. Kepuasan mahasiswa dapat dengan mudah dicapai dengan standar layanan yang luar biasa. Ini akan membantu institusi pendidikan tinggi untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di lingkungan pendidikan tinggi saat ini (Huang et al., 2012).

2.2. Hipotesis Penelitian

2.2.1. Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Penelitian yang dilakukan oleh Annamdevula dan Bellamkonda, (2016a, b) menemukan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa. Alves dan Raposo, (2009) melalui penelitiannya juga menemukan bahwa adanya hubungan positif signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa. Begitu pula penelitian Duarte *et al.*, (2012) ditemukan juga hubungan positif signifikan antara

kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa, baik mahasiswa pada saat itu serta alumni.

H1: Kualitas layanan berdampak positif terhadap kepuasan mahasiswa.

2.2.2. Citra Universitas terhadap Kepuasan Mahasiswa

Studi yang dilakukan oleh Alves dan Raposo (2010) yang melibatkan mahasiswa dari Portugal menemukan bahwa citra universitas tidak hanya mempengaruhi loyalitas mahasiswa, tetapi juga mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Di Nigeria, sebuah penelitian yang dilakukan di berbagai universitas di Nigeria melaporkan pengaruh positif citra universitas terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa (Usman & Mokhtar, 2016). Penelitian serupa yang dilakukan di Indonesia juga melaporkan pengaruh positif citra universitas terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa (Chandra, Hafni, Chandra, Purwati, & Chandra, 2019). Di Suriah, penelitian serupa dilakukan di berbagai universitas; itu menunjukkan pengaruh yang signifikan dari citra universitas terhadap kepuasan mahasiswa (Dib & Mokhles, 2013).

H2: Citra universitas berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa.

2.3. Penelitian Terdahulu

Rangkuman Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Daftar Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	The influence of service quality, university image on student satisfaction and student loyalty <i>Chandra et al., (2019)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Service Quality - University Image - Student satisfaction - Student loyalty 	Hasil analisis data menegaskan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa, ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa, tidak ada pengaruh positif dan signifikan kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa. atau pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa, dan citra universitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa.
2	HIGHER EDUCATION SERVICE QUALITY, STUDENT SATISFACTION AND LOYALTY: VALIDATING THE HESQUAL SCALE AND TESTING AN IMPROVED STRUCTURAL MODEL <i>Teeroovengadum et al., (2019)</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Service Quality in Higher Education - Image - Student Satisfaction - Perceived Value 	Temuan menunjukkan bahwa manajemen universitas dapat memastikan perilaku loyalitas dengan meningkatkan persepsi mahasiswa tentang citra, nilai dan kepuasan dengan institusi mereka. Selanjutnya, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi citra, persepsi nilai dan

		<ul style="list-style-type: none"> - Student Loyalty 	kepuasan siswa sebagian besar tergantung pada kualitas layanan transformatif (teknis) dan kualitas layanan fungsional.
3	Service Quality and Student Satisfaction: The Moderating Role of University Culture, Reputation and Price in Education Sector of Pakistan Saleem et al., (2017)	<ul style="list-style-type: none"> - Service Quality - Student satisfaction - University Culture - University reputation - Price 	Hasil mengidentifikasi bahwa kualitas layanan berpengaruh kuat dan signifikan terhadap kepuasan siswa di bidang pendidikan. Temuan menunjukkan bahwa saat ini sangat penting bagi Perguruan Tinggi untuk menjamin kualitas layanan bagi siswa untuk meningkatkan kepuasan siswa.
4	PENGARUH MUTU PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU LOYALITAS (STUDI EMPIRIK PADA PELAYANAN NON AKADEMIK DI UNIVERSITAS YARSI) Hidayati, (2020)	<ul style="list-style-type: none"> - Mutu Pelayanan - Kepuasan - Perilaku Loyalitas 	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mutu pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan perilaku loyalitas. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku loyalitas mahasiswa Universitas YARSI . Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan memediasi pengaruh mutu pelayanan terhadap perilaku loyalitas mahasiswa di Universitas YARSI.
5	Analysis of Service Quality, University Image and Student Satisfaction on Student Loyalty in Higher Education in Nigeria	<ul style="list-style-type: none"> - Student Loyalty - Service Quality 	Hasil penelitian ini sesuai dengan harapan peneliti. Ditemukan bahwa ada hubungan yang positif dan kuat antara kualitas layanan, citra universitas,

	<p>Usman & Mohd Mokhtar, (2016)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - University Image - Students Satisfaction 	<p>kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa seperti yang ditunjukkan dalam SEM. Oleh karena itu, citra universitas benar-benar dianggap sebagai masalah sikap, perasaan, keyakinan terhadap institusi. Kedua, banyak diskusi telah terjadi dalam literatur pemasaran jasa mengenai hubungan sebab akibat yang tepat antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, citra universitas dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan yang dirasakan oleh mahasiswa memiliki pengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa terhadap institusi, kepuasan mahasiswa terhadap penyedia layanan dan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan di HEIS. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Bitner et al. (1997), Lam dan Woo, (1997), Lawrence et al. (2009). Selain itu, penelitian ini sesuai dengan harapan peneliti, kami menemukan bahwa ada hubungan positif antara kualitas layanan, kepuasan siswa, dan loyalitas siswa. Hasil ini menyiratkan bahwa kualitas layanan yang</p>
--	--	---	--

			tinggi akan mengarah pada kepuasan yang lebih tinggi dan sebagai hasilnya, akan menghasilkan kemauan yang lebih besar untuk merekomendasikan institusi tersebut.
6	<p>IMPACT OF SERVICE QUALITY, UNIVERSITY IMAGE AND STUDENTS SATISFACTION TOWARDS STUDENT LOYALTY EVIDENCE FROM INDONESIAN PRIVATE UNIVERSITIES Cahyono, et., al. (2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Quality of Service - University Image - Customer Satisfaction - Student Loyalty 	<p>Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, kepuasan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa, ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas mahasiswa. Untuk meningkatkan citra dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan yaitu dengan meningkatkan aspek tangibles, empathy, reliability, responsiveness dan assurance. Citra universitas juga dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kepuasan mahasiswa selama pembelajaran/perkuliahannya. Loyalitas mahasiswa dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas pelayanan, kepuasan dan citra. Untuk meningkatkan loyalitas mahasiswa, pihak universitas dapat meningkatkan citra, meningkatkan pelayanan akademik dan meningkatkan kepuasan mahasiswa.</p>

7	<p>Effect of Service Quality Toward Student Satisfaction and Loyalty in Higher Education Mulyono, et, al., (2020)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Akademik - Reputasi - Isu Program - Non Akademik - Akses kampus - Kepuasan Mahasiswa - Loyalitas Mahasiswa 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa secara signifikan memediasi hubungan antara akademisi dan loyalitas mahasiswa, antara loyalitas non-akademik dan mahasiswa, antara reputasi dan loyalitas mahasiswa, dan antara akses kampus dan loyalitas mahasiswa; Di sisi lain, kepuasan siswa tidak signifikan dalam memediasi korelasi antara masalah program dan loyalitas siswa. Hasil temuan menyarankan perlunya peningkatan kualitas dosen untuk meningkatkan kemampuan akademik dan kemampuan komunikasi mahasiswa. Dari aspek non-akademik, melakukan upaya pelatihan dan pengembangan serta meningkatkan program kesadaran untuk staf administrasi adalah penting. Untuk aspek reputasi, untuk melakukan beberapa kampanye pemasaran yang diprediksi akan berdampak pada mahasiswa dalam membangun persepsi positif terhadap kampus juga harus dilakukan. Sedangkan untuk aspek akses, harus dipastikan bahwa setiap mahasiswa</p>
---	---	--	---

			dapat memiliki akses langsung ke karyawan staf, dan perlu ditingkatkan dimensi yang dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa sehingga mahasiswa yakin dengan pilihan kampusnya dan kemudian mereka cenderung untuk merekomendasikan universitas pilihan mereka dan menyebarkan hal-hal positif tentang institusi mereka.
--	--	--	---

