

# **Loyalitas Terhadap Layanan IT: Dampak Dimensi Layanan Tangible dan Assurance Terhadap Kepuasan Keseluruhan Dimensi Layanan**

**Hendra Lamidjan**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra**

Jln. Siwalankerto 121-131 Surabaya 60236

Email: lamidjan@peter.petra.ac.id

## **ABSTRAK**

Sampai dengan saat ini tidak ada pengertian yang standard tentang “*service quality*” terutama kualitas layanan dalam dunia pendidikan. Tidak seperti barang dimana kita dapat mengukur kualitas barang tersebut dengan standard mutu yang ada (Crosby 1979; Garvin 1983), tetapi layanan kualitas adalah abstrak dan sulit di pahami dimana ada 3 unsur unit dalam layanan yaitu intangibility, heterogenitas, dan ketidak terpisahan dari produksi dan konsumsi (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1985). Menurut E. Deming "Layanan kualitas adalah apa yang memuaskan dan bahkan menyenangkan pelanggan ". dalam hal ini penulis merujuk pada pelanggan adalah mahasiswa aktif. Dalam tesis ini penulis melakukan penelitian untuk melihat bagaimana layanan yang di berikan terhadap mahasiswa dan layanan yang diharapkan mahasiswa terhadap layanan pusat komputer (puskom) sebagai penyedia layanan jasa informasi teknologi di perguruan tinggi. Kata kunci: kualitas pelayanan, pendidikan, IT, kepuasan

## **ABSTRACT**

Up to now there is no standard meaning of "service quality", especially the quality of service in education. Not like the stuff that we can measure the quality of the goods to the existing quality standards (Crosby 1979; Garvin 1983), but the service quality is an abstract and difficult to understand where there are 3 elements in the service unit is intangibility, heterogeneity, and inseparability of production and consumption (Parasuraman, Zeithaml, and Berry 1985). According to E. Deming "Service quality is what the customer satisfying and even fun." in this case the author refers to the customer is an active student. In this thesis the authors conducted a study to see how the service that is given to the student and the service that is expected of the student computer center services as a provider of information technology services at the college.

Keywords: service quality, education, IT, satisfaction

## **1. INTRODUCTION**

Penelitian ini dilakukan di Pusat Komputer Universitas Kristen Petra dimana merupakan salah satu universitas swasta yang terbesar di kota Surabaya, Indonesia. Penilaian kualitas layanan dan loyalitas itu sendiri merupakan hal yang unik dan penelitian ini dilakukan di bidang informasi teknologi dimana perkembangannya sangat cepat dan berkaitan dengan mahasiswa. Adanya pandangan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mengarah ke kepuasan mahasiswa (Cronin and Taylor, 1992), sementara yang lain menyimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa menyebabkan kualitas layanan baru dapat dirasakan (Parasuraman *et al.*, 1988). Sedangkan penengah masalah ini menunjukkan bahwa mahasiswa menilai kepuasan berhubungan dengan transaksi layanan tertentu, sementara kualitas layanan adalah sikap umum berkaitan dengan keunggulan keseluruhan penyedia layanan atau superioritas. Sehingga kualitas pelayanan dianggap bisa menjadi produk dari evaluasi dari sejumlah pertemuan layanan (Bitner, 1990).

Mahasiswa baru pada saat masuk ke universitas mengalami transisi dari yang cukup sulit, dan dari waktu ke waktu dan setelah menjalani proses perkuliahan akan menjadi semakin cerdas. Hal tersebut membuat persepsi mereka tentang pelayanan yang diberikan cenderung berubah selama studi mereka, dan perubahan tersebut tidak mungkin selalu berhubungan dengan perubahan aktual dalam kualitas pelayanan.

Penelitian tentang kualitas di pendidikan merupakan hal yang baru dan tidak ada pengertian yang standard dalam pengertian kualitas pendidikan, seringkali antara penulis yang satu dengan yang lain mengartikan dengan cara yang berbeda. Konsep kualitas layanan dalam dunia pendidikan selalu berkembang, terutama standard kualitas layanan informasi teknologi. Sebagian besar dari mahasiswa menggunakan internet untuk menyelesaikan tugas-tugasnya (Goyal *et al.*, 2011). Latar belakang penelitian ini timbul dari perkembangan teknologi yang sangat cepat, hal ini dapat menimbulkan gap dari penelitian-penelitian sebelumnya. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terutama terletak pada layanan yang akan di teliti, waktu penelitian karena setiap waktu akan selalu berubah, dan juga tempat penelitian karena setiap tempat juga memungkinkan memberikan layanan yang berbeda pula. Secara khusus, berfokus pada peran siswa sebagai mahasiswa utama dalam layanan di perguruan tinggi, dan dampak implikasi dari konseptualisasi ini pada pengelolaan kualitas layanan dalam organisasi pendidikan tinggi.

Perlu untuk mengetahui variable inti yang mempengaruhi layanan (Frances, 1995). Sumbangan ilmiah yang bisa dihasilkan dari penelitian ini adalah dapat memperkirakan bagaimana mahasiswa dalam menyerap pengetahuan mengenai IT terbaru yang dihubungkan dengan kepuasan sebagai mahasiswa jasa dan barang IT. Dengan perkiraan ini maka penyedia jasa/layanan IT dapat memperkirakan secepat apa mereka harus berkembang untuk mengikuti perkembangan teknologi informasi demi menjaga kepuasan dan loyalitas mahasiswa.

## 2. LITERATURE REVIEW

Sedangkan gap yang terjadi pada penelitian antara dimensi kepuasan dan dimensi loyalitas dapat dilihat pada penelitian, antara lain: Frédéric dan Demoulin (2007) melakukan penelitian pada industri perawatan kesehatan di Belgia, dimana melihat bahwa kepuasan pada layanan tampaknya tidak cukup bagi pelanggan untuk tetap setia/loyal. Menciptakan loyalitas pada pelanggan bahkan lebih penting dari pada sekedar memuaskan mereka. Dimana hasil dari analisa ini menemukan bahwa adanya moderator waktu tunggu yang sangat mempengaruhi antara kepuasan dan loyalitas. Dimana antara variabel kepuasan dan variabel loyalitas bisa tidak signifikan jika variabel moderator memiliki nilai yang tinggi.

Joseph (2008) melakukan penelitian dalam hubungan SERVQUAL dan loyalitas di industri restoran, survey penelitian dilakukan di 7 restoran di Libanon. Dan korelasi antara persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan dihitung dengan menggunakan Pearson r koefisien. Temuan menunjukkan korelasi positif yang kuat ( $r = 0,671$ ) antara loyalitas pelanggan dan kepuasan kualitas layanan.

Füller, et al. (2008) melakukan penelitian untuk melihat selama ini kepuasan pelanggan dipandang menjadi salah satu penentu utama loyalitas. Namun, hubungan antara kepuasan dan loyalitas pelanggan tampaknya tidak menjadi linear, banyak peneliti telah melaporkan keraguan tentang prediktabilitas loyalitas semata-mata karena peringkat kepuasan pelanggan yang mengabaikan citra sebagai prediktor loyalitas. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa suatu resor ski dengan peringkat kepuasan tertinggi dan peringkat pencitraan yang tinggi memiliki nilai loyalitas tertinggi. Dimana dimensi kepuasan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap loyalitas dan pencitraan memberikan faktor penguat dalam hubungan ini.

Larry, et al. (2011) melakukan penelitian untuk melihat dimensi kepuasan dan loyalitas dalam bank Kuwait dengan mewawancarai tiga ratus tiga puluh investor reksa dana. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara dimensi kepuasan dan loyalitas.

Joseph (2008) melakukan penelitian dalam hubungan SERVQUAL dan loyalitas di industri restoran, survey penelitian dilakukan di 7 restoran di Libanon. Dan korelasi antara persepsi kualitas layanan dan loyalitas pelanggan dihitung dengan menggunakan Pearson r koefisien. Temuan menunjukkan korelasi positif yang kuat ( $r = 0,671$ ) antara loyalitas pelanggan dan kepuasan kualitas layanan. Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa komponen SERVQUAL *Assurance* dan *Responsiveness* lebih berkorelasi dengan loyalitas pelanggan dari komponen lainnya.

Dimana pada penelitian Frédéric dan Demoulin (2007) sedikit memiliki hasil yang berbeda karena tidak selalu kepuasan pada layanan SERVQUAL berpengaruh pada loyalitas. Dan adanya variabel moderator yang mempengaruhinya. Hal ini memperlihatkan semakin kompleks keinginan pelanggan dalam melakukan pembelian kembali. Dimana penyedia jasa layanan dari waktu ke waktu juga memberikan yang lebih dari sekedar memuaskan kepada pelanggan.

Kesenjangan antara peneliti yang terjadi dapat dilihat pada penelitian– penelitian dibawah ini yang menyatakan bahwa hubungan SERVQUAL dengan kepuasan adalah tidak signifikan, antara lain:

Henry (2004) melakukan penelitian untuk menguji persepsi pelanggan bisnis tentang kepuasan mereka terhadap solusi layanan teknologi. Penelitian ini menggunakan instrumen SERVQUAL dengan menggunakan metode survei terhadap bank-bank, broker investasi, sebuah divisi dari Angkatan Darat Amerika Serikat, dan perusahaan asuransi dengan aset setidaknya satu miliar dolar untuk mengidentifikasi apa yang mereka yakini untuk mengatasi kepuasan pelanggan dengan layanan teknologi. Pada penelitian ini mendapatkan hasil yang mengejutkan dimana hubungan antara variabel SERVQUAL (*tangible, reliability, responsive, assurance, empathy*) terhadap kepuasan memiliki nilai yang kecil dan tidak signifikan.

Donnelly, et al. (2006) melakukan penelitian eksplorasi dengan menerapkan pendekatan SERVQUAL untuk menilai kualitas pelayanan polisi Strathclyde di Skotlandia. Dimana hasil survey SERVQUAL (*tangible, reliability, responsive, assurance, empathy*) menangkap hasil ekspektasi responden terhadap layanan kepolisian sangat baik. Meskipun kurang signifikan dalam memenuhi harapan pelanggan, polisi tampaknya memiliki pemahaman yang baik dalam memenuhi harapan masyarakat. Hasil teknis utama adalah bahwa instrument SERVQUAL tampaknya secara internal konsisten tetapi tidak memiliki validitas diskriminatif antara lima dimensi SERVQUAL dalam layanan ini. Dimungkinkan hasil yang kurang signifikan ini dikarenakan perbedaan penggunaan indikator pada sektor *private* dan *public*.

Mitchell (1998) melakukan penelitian untuk melihat persepsi pelanggan dari dimensi empati dan kepuasan secara keseluruhan dengan perawatan kesehatan dimana pasien sedang melakukan standard terapi individu dalam waktu terbatas.

Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa empati memiliki hubungan positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan secara keseluruhan tanpa memandang jenis pengobatan yang mereka diterima.

Sedangkan penelitian-penelitian yang menyatakan adanya hubungan yang signifikan antara SERVQUAL dengan kepuasan, antara lain:

Badri, et al. (2005) melakukan penelitian untuk memanfaatkan SERVQUAL dalam mengidentifikasi kesenjangan dalam rantai pelayanan yang disediakan oleh sumber daya teknologi informasi. Penelitian ini dilakukan pada pelayanan IT tiga institusi pendidikan di

United Arab Emirates. Analisis ini dilakukan untuk pengukuran skala harapan, persepsi, dan kesenjangan. Hasil dalam tabel ini menunjukkan bahwa ketiga kelompok responden sangat berkorelasi pada pendapat mereka berkaitan dengan, persepsi mereka kesenjangan harapan dan semua koefisien korelasi signifikan pada tingkat 0,01.

Yaacob, et al. (2011) melakukan penelitian untuk mengetahui dan mengidentifikasi hubungan antara *tangible* dan tanggap/responsiveness dalam mempengaruhi kepuasan pasien di Medis Out-Patient Departemen (MOPD) di Rumah Sakit Sultan Abdul Halim (HSAH) Sungai Petani, Kedah. Berdasarkan hasil penelitian, semua independen variabel memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pasien.

Aggarwal dan Manjrekar (2010) melakukan penelitian untuk mengetahui preferensi pelanggan terhadap eksklusif dan multi-merek ritel outlet pakaian siap pakai untuk laki-laki dan untuk mengetahui dimensi yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa lima dimensi yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah: responsiveness, diskon dan bukti fisik, pelayanan utama, *tangible*, dan kegiatan promosi. Semua dimensi memiliki hubunganyang positif dan *tangible* adalah dimensi yang mendominasi dan paling signifikan di antara semua dimensi lainnya.

Kerfoot (2007) melakukan penelitian terhadap system penilaian konsumen terhadap rumah sakit dan penyedia kesehatan, yang akan memberikan instrumen survei standar nasional untuk mengukur persepsi pasien. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa keandalan/*reliability* dan pengalaman adalah konsep dimana kita dapat dengan jelas mengembangkan visi dari pengalaman yang ideal untuk kepuasan pasien dan staf. Dimana *reliability* memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

J.D. Power and Associates. (2009) melakukan penelitian dalam perbaikan kinerja dan keandalan yang mendorong peningkatan secara keseluruhan kepuasan pelanggan perumahan yang menggunakan internet *service providers* (kecepatan tinggi dan bandwidth besar). Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa pelanggan perumahan menggunakan internet untuk layanan suara, video dan informasi dimana provider dituntut untuk memberikan koneksi internet yang handal/*reliability*. *Reliability* merupakan dimensi yang sangat penting, memberikan hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan perumahan.

Aggarwal dan Manjrekar (2010) melakukan penelitian untuk mengetahui preferensi pelanggan terhadap eksklusif dan multi-merek ritel outlet pakaian siap pakai untuk laki-laki dan untuk mengetahui dimensi yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa lima dimensi yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan adalah: responsiveness, diskon dan bukti fisik, pelayanan utama, *tangible*, dan kegiatan promosi. Semua dimensi memiliki hubunganyang positif dan *tangible* adalah dimensi yang mendominasi dan paling signifikan di antara semua dimensi lainnya. Scharoun (2005) melakukan penelitian untuk menyediakan dasar yang kokoh berkualitas dengan menunjukkan bagaimana pengaruh kepuasan karyawan, loyalitas dan komitmen kepuasan pelanggan, loyalitas dan komitmen.

Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa prosedur kualitas jaminan/*assurance* sangat penting dalam mencapai tujuan tersebut. Namun, kualitas bisa ditingkatkan jauh di atas batas kepuasan pelanggan dan mencapai lebih banyak untuk bisnis yang dijalankan. Dimana *assurance* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Hasin, Roongrat dan Shareef (2001) melakukan penelitian di Rumah Sakit Petch Muang Thonburi Swasta, yang terletak di provinsi Petchaburi Thailand. Untuk mengumpulkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan dan faktor ketidakpuasan yang perlu diatasi dan kemudian dihilangkan dalam waktu dekat.

Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa mengubah sikap karyawan untuk memberikan jaminan/assurance pada pelanggan bukan merupakan kekurangan dalam departement tetapi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dimana *assurance* memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Woongchul dan Daehun (2009) melakukan penelitian untuk menyelidiki berbagai penelitian tentang jaminan perangkat lunak dan membahas hal-hal yang belum dipelajari atau belum diselesaikan. Dimana sistem untuk jaminan perangkat lunak diusulkan untuk ditingkatkan. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa banyak aplikasi perangkat lunak digunakan dalam berbagai aspek layanan TI, semakin besar dan pentingnya jaminan/assurance perangkat lunak bagi peningkatan kepuasan pelanggan. Dimana *assurance* memiliki hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan pelanggan.

Mohammadreza, et al. (2012) melakukan penelitian untuk mengukur perubahan dalam farmasi dan skor empati mahasiswa kedokteran setelah lokakarya 40 menit, dimana siswa mengamati dan mendiskusikan sebuah pertunjukan teater tentang tantangan penuaan. Berdasarkan hasil penelitian mengungkapkan bahwa Indikator keterlibatan empati dalam perawatan pasien, seperti komunikasi, bicara positif, sentuhan yang tepat, kontak mata, postur tubuh, gerak tubuh, dan kualitas dan kuantitas pertemuan itu dapat menyebabkan peningkatan kepuasan pasien. Dimensi empati memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Pada penelitian-penelitian diatas dapat dilihat adanya gap antara hasil penelitian mengenai signifikansi hubungan antara kepuasan pada SERVQUAL (*tangible, reliability, responsive, assurance, empathy*) terhadap kepuasan secara keseluruhan. Dimana hasil ini dominan disebabkan karena adanya perbedaan jenis layanan yang di teliti. Dan dipengaruhi oleh perubahan waktu, tren manusia dari masa ke masa, juga adanya perkembangan teknologi yang menyebabkan bergesernya nilai- nilai yang harus diterapkan.

### 3. METHODOLOGY

Lembaga pendidikan sebagai penyedia jasa layanan pendidikan perlu untuk selalu melihat, menganalisa dan mengukur kembali setiap layanan yang di berikan kepada mahasiswa. Pemenuhan harapan dan persepsi mahasiswa terhadap layanan di Universitas Kristen Petra akan memberikan dampak positif dalam menciptakan kepuasan dan memungkinkan untuk terjadinya loyalitas mahasiswa terhadap univrsitas. Penelitian ini dilakukan di salah satu unit pendukung yang ada di Universitas Kristen Petra yaitu Pusat Komputer (Puskom). Dalam penelitian ini memiliki variable indepeden yaitu *tangible*, keandalan, responsif, keamanan atau jaminan, empati. Dan variable dependen yaitu kepuasan, loyalitas.

H1: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan *tangible* dengan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan.

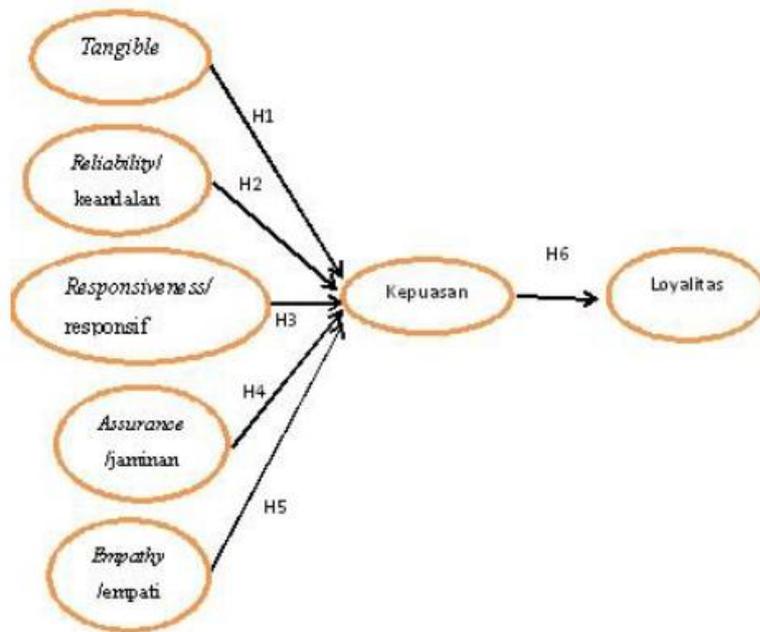
H2: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan *reliability* dengan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan.

H3: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan responsif dengan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan.

H4: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan *assurance* dengan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan.

H5: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan empati dengan kepuasan mahasiswa secara keseluruhan.

H6: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa secara keseluruhan dengan loyalitas mahasiswa.



Gambar 1 Kerangka Konseptual Penelitian

### 3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berusaha melihat jenis penelitian yang akan dilakukan dalam beberapa kriteria. Berdasarkan hasil dan alasan yang di peroleh maka menggunakan *applied research* (penelitian terapan). Berdasarkan tempat penelitian maka menggunakan *field research* (penelitian lapangan). Berdasarkan teknik yang dilakukan maka menggunakan *survey research* (penelitian survei). Berdasarkan pendekatan dan taraf penelitian maka menggunakan pendekatan deskriptif. Berdasarkan jenis dan analisa data maka menggunakan pendekatan kuantitatif. Berdasarkan analisa hipotesa maka menggunakan analisa *multivariat*.

Dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi Berganda dimana satu variabel dependen dijelaskan oleh lebih dari satu variabel independen. Model yang dipilih dalam penelitian ini adalah regresi linier ganda (*Multivariate Linear Regression*) (“*Analisis-bivariate*“).

### 3.2 Lokasi dan Populasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini dilakukan di Pusat Komputer Universitas Kristen Petra jalan Siwalankerto 121–131 surabaya. Populasi di penelitian ini berdasarkan populasi terbatas (populasi terhingga) dimana populasi dinyatakan dengan angka dan ada batasan-batasan secara kuantitatif.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan *nonrandom sampling* yaitu *purposive sampling* dimana seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena penulis menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya.

### 3.3 Metode Pengambilan Data

Data yang diambil merupakan data primer dimana langsung diambil dari sumbernya dengan cara observasi angket/kuesioner dimana merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi satu set pertanyaan kepada responden. Dimana kuisisioner yang diberikan adalah kuisisioner tertutup, setiap pertanyaan telah disertai sejumlah pilihan jawaban dan responden hanya memilih jawaban yang paling sesuai. Menurut sumber pengambilan data maka penulis melakukan pengambilan data internal dimana data yang diambil menggambarkan keadaan atau kegiatan dalam suatu organisasi, dalam hal ini di dalam unit pusat komputer. Sedangkan menurut sifatnya penulis menggunakan data kuantitatif dimana data yang diambil dalam bentuk angka dan menggunakan data interval/skor. Dan jika dilihat dari waktu pengambilan maka menggunakan *cross section* atau insidental dimana data di kumpulkan pada waktu tertentu, dalam penelitian ini penulis mengambil data pada bulan November 2012 ("*Data-dan-jenis-data-penelitian*"). Sedangkan pengukuran variabel kuisisioner menggunakan skala penilaian linkert 5 point yaitu dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju.

### 3.4 Uji Validasi, Reliabilitas Instrument Penelitian

Untuk mendapatkan hasil uji validasi dan reliabilitas penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan software PLS (*Partial Least Square*). Analisa Top Two Boxes Bottom Two Boxes juga digunakan untuk menentukan ratio responden antara yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju dengan responden yang menjawab setuju dan sangat setuju. Analisa deskripsi data sampel juga digunakan dalam penelitian ini.

## 4. RESULT AND DISCUSSION

### 4.1 Diskripsi Responden

Target responden dari data penelitian adalah merupakan mahasiswa Universitas Kristen Petra (UKP) yang pernah berkunjung ke Pusat Komputer (Puskom) atau menggunakan fasilitas Puskom di UKP. Jumlah kuisisioner yang disebar 240 lembar dan setelah dilakukan pengecekan kuisisioner yang terisi lengkap berjumlah 218 dengan tingkat respon mahasiswa mencapai 90,8%. variasi pengguna dengan jenis kelamin laki-laki (48,2%) dan perempuan (51,8%) cenderung berimbang, dan hal ini bisa menunjukkan bahwa adanya persamaan antara laki-laki dan perempuan dalam kebutuhan informasi teknologi.

### 4.2 Pengujian Validitas dan Reabilitas

Pada penelitian ini penulis menggunakan SMART PLS dimana hasil validitas konvergen (*outer loadings*) pada semua dimensi signifikan dan valid secara konvergen. Sedangkan pada uji validitas diskriminan (*cross loading*) pada semua indikator valid secara diskriminan.

Tabel 1 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel laten dependen	R <sup>2</sup>	Q <sup>2</sup>
Kepuasan	0,355	0,795
Loyalitas	0,242	

Sumber: Data Primer (data diolah November 2012)

Tabel 1 diatas memberikan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,355 untuk konstruk kepuasan yang berarti bahwa konstruk *tangible*, *reliability*, *responsive*, *assurance*, dan *empati* mampu menjelaskan varians.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *composite reliability* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Dimana semua variabel laten dinyatakan reliabel secara komposite.

Uji reliabilitas juga bisa diperkuat dengan *Cronbach's Alpha* di mana nilai yang disarankan adalah diatas 0,5 dan semua variabel laten dinyatakan reliabel dengan nilai terkecil pada konstruk loyalitas sebesar 0,7. *Communality* dan *redundancy* merupakan alat untuk memprediksikan data dimana untuk nilai *redundancy* digunakan pada variabel dependen sedangkan *communality* bisa digunakan pada variabel independen maupun dependen. Dimana semua variabel konstruk memiliki relevansi prediksi yang baik dan diatas angka nol.

**4.3 Pengujian Model Struktural (Inner Model)**

kepuasan sebesar 0,355. Nilai  $R^2$  juga terdapat pada loyalitas yang di pengaruhi oleh konstruk

kepuasan sebesar 0,242 yang berarti bahwa konstruk kepuasan mampu menjelaskan varians loyalitas sebesar 0,242. Dimana dengan rumus :

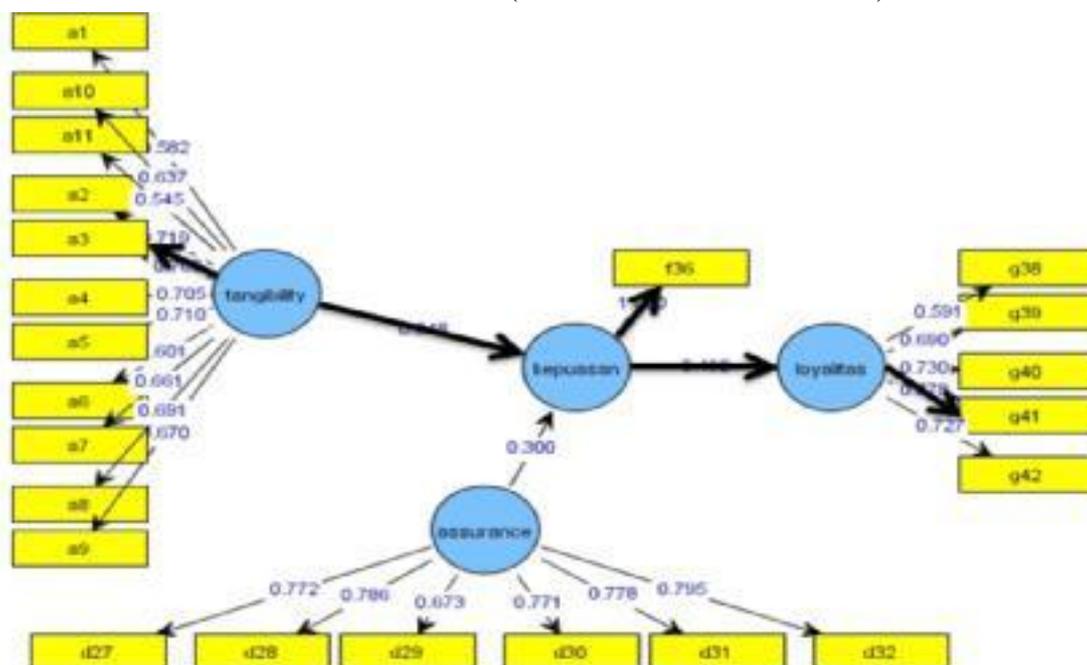
$$Q^2 = 1 - (1-R_1^2) * (1-R_2^2)$$

Maka didapatkan hasil  $Q^2 = 0,795$  dimana nilai ini diatas 0,5 maka varian konstruk memiliki koefisiensi determinasi yang baik.

Tabel 2 Uji Hipotesis/Inner Weights

	Koefisien Regresi	T-Statistic	Signifikan
Tangible -> kepuasan	0,285	2,457	Signifikan
Reliability -> kepuasan	0,135	0,830	Tidak
Responsif -> kepuasan	-0,128	1,020	Tidak
Assurance -> kepuasan	0,288	2,044	Signifikan
Empati -> kepuasan	0,087	0,376	Tidak
Kepuasan -> loyalitas	0,492	5,590	Signifikan

Sumber: Data Primer (data diolah November 2012)



Gambar 2 Model Struktural Akhir

Sumber: Data Primer (data diolah November 2012)

## 5. CONCLUSION

### 5.1 Kesimpulan

Dari lima variabel penelitian yang mempengaruhi kepuasan secara signifikan ada dua yaitu variabel *tangibility* dan *assurance*. Kemudian variabel kepuasan berpengaruh cukup signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Dan 3 variabel lainnya di tolak yaitu variabel *reliable*, *responsif*, dan *empati*. Pada variabel *tangible* maka kebersihan dan kenyamanan ruangan ternyata menjadi awal dari kepuasan mahasiswa pada saat berkunjung ke Puskom. Dimana bisa dilihat bahwa mahasiswa UK Petra sadar akan kebersihan lingkungan dan menjadi salah satu faktor penting untuk menikmati pelayanan dalam waktu lama. Setelah mendapatkan kepuasan dalam pelayanan di Puskom, maka perwujudan loyalitas mahasiswa di tampilkan dengan menggunakan sarana prasarana Puskom secara optimal dan sering diluar kewajiban praktikum kemudian diikuti dengan tidak merusak peralatan hardware dan software yang ada di Puskom.

### 5.2 Saran Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini penulsi berusaha melihat data-data yang ada sehingga dapat dihasilkan beberapa saran bagi perusahaan. Cakupan dan kecepatan wifi memberikan *gap* yang cukup besar, maka disarankan Puskom untuk melakukan penambahan *Acces Point Wifi* di area-area *blank spot* sehingga cakupan area dan kecepatan wifi dapat ditingkatkan. Kebersihan dan kerapian tempat dan lab-lab di Puskom juga mendapatkan perhatian khusus dari mahasiswa oleh karena itu perlunya Puskom untuk mengkaji ulang *redesign* dan *restructure* lab-lab dan *front office* di Puskom untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa, dan memberikan wajah baru bagi gerbang utama teknologi di UK Petra. Peningkatan teknologi maupun jumlah jenis layanan tidak dapat dipungkiri harus dijalankan di Puskom, jika tidak maka sedikit demi sedikit Puskom akan ditinggalkan oleh mahasiswa. Perlu adanya kebijakan untuk *upgrade* teknologi dan *upgrade* layanan setiap tahun sehingga Puskom dapat selalu mengikuti perkembangan jaman yang sangat cepat.

### 5.3 Saran Bagi Penelitian Berikutnya

Perkembangan perangkat elektronik yang sangat pesat memunculkan perbedaan yang signifikan antara persepsi mahasiswa dan persepsi penyedia jasa layanan IT dalam menentukan spesifikasi sesuai kebutuhan. Seringkali penyedia jasa layanan hanya memberikan spesifikasi minimum atau bahkan dibawah standard yang dibutuhkan, sedangkan dari pihak mahasiswa menuntut spesifikasi yang jauh lebih tinggi dari yang dibutuhkan. Seberapa besar gap atau perbedaan yang bisa ditoleransi oleh mahasiswa bisa menjadi bahan dalam penelitian selanjutnya. Kebersihan dan kenyamanan merupakan indikator yang cukup berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan, dimana pada pelayanan IT ini mahasiswa menggunakan dalam jangka waktu lama sehingga suasana yang baik, bersih dan nyaman sangat dibutuhkan. Dimana hal ini bisa dilakukan penelitian lebih lanjut sampai sejauh mana kenyamanan yang bisa dihadirkan dalam lab komputer. Semakin seringnya mahasiswa belajar kelompok di *café-café* bisa menjadikan peluang untuk mendesign ruang lab seperti di *café* atau resto sehingga gaya belajar yang nyaman akan memberikan tingkat penyerapan ilmu dan komunikasi antara dosen dan mahasiswa.

Keandalan akses internet berpengaruh besar terhadap kepuasan mahasiswa dalam pelayanan informasi teknologi. Perlu adanya penelitian lebih lanjut sampai sejauh mana besaran bandwidth yang di butuhkan terhadap jumlah mahasiswa dan perilaku mahasiswa dalam mengakses internet, sehingga dapat memuaskan mahasiswa. Empati staff dalam melayani mahasiswa ternyata memiliki pengaruh yang tidak signifikan. Dimana kurang atau minimnya waktu tatap muka antara mahasiswa dengan staff waktu melayani dapat menjadi penyebab rendahnya tingkat signifikan empati. Maka diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai

pelayanan seperti apa dan sampai sejauh mana sehingga mahasiswa merasakan empati dari staff yang melayani. Dimungkinkan untuk melakukan pelayanan seperti di gedung bioskop dimana mahasiswa perlu diantar sampai ke tempat atau meja komputer. Atau dengan pembicaraan untuk menanyakan program yang akan digunakan sehingga memunculkan kesan yang mendalam meskipun waktu yang tersedia untuk tatap muka hanya sedikit dan banyak hal lainnya yang bisa dilakukan penelitian khususnya mengenai dimensi empati ini.

## REFERENCE

- Aggarwal dan Manjrekar (2010). Factors affecting customers' preference and satisfaction towards men's apparel retail formats: a study of North Central Mumbai. *Publication info: ASBM Journal of Management*, 3 (1-2) 47-55.
- Adebowale, OF., Adewale, I.A. and Oyeniran, F.M. (2010). Computer interest, approval and confidence of secondary school students in three selected local governments of Lagos State (Nigeria): Implications for global computerization. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology*. (IJEDICT), 6(1)40-52.
- Bitner, M.J. (1990, April). Evaluating service encounters: the effects of physical surroundings and employee responses, *Journal of Marketing*, (54) 69-82.
- Blay, Amy. (Jun 1995). Selling education, earning loyalty. *Pharmaceutical Executive*, (15)6
- Briggs, E. (2006). *An Examination Into The Nature of Satisfaction Formation in a Continually Delivered Business Service Context*. a Dissertation Submitted to The Graduate Faculty in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy.
- Badri, M.; Abdulla, M.; Al-Madani, A. (2005). Information technology center service quality: Assessment and application of SERVQUAL. *The International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(8/9),819-848.
- Cronin, J.J. and Taylor, S.A. (1992). "Measuring service quality: a re-examination and extension", *Journal of Marketing*, (56)55-68.
- CHI, G. (2005). *A study of developing destination loyalty model*. Submitted to the Faculty of the Graduate College of the Oklahoma State University in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- DeShields, Oscar W, Jr; Ali, Kara; Kaynak, Erdener (2005). Determinants of business student satisfaction and retention in higher education: applying Herzberg's two-factor theory. *The International Journal of Educational Management*, 19 (2/3), 128-139.
- Davis, E.R. (2006, August) *The role of logistics service quality in creating customer loyalty*. A Dissertation Presented for Doctor of Philosophy Degree The University of Tennessee, Knoxville Elizabeth R. Davis.
- Dani (2012). Analisa Bivariate. Diambil pada 9 oktober 2012, dari <http://dani.blog.fisip.uns.ac.id/2011/12/11/analisis-bivariate/>
- Donnelly, M.; Kerr, N.; Rimmer, Russell; Shiu, Edward M. (2006). Assessing the quality of police services using SERVQUAL Policing, 29 (1) 92-105.
- Eisingerich, Andreas B; Bell, Simon J. (2006, May). Relationship marketing in the financial services industry: The importance of customer education, participation and problem management for customer loyalty. *Journal of Financial Services Marketing*. 10 (4) 86-97.
- Füller, et al. (2008). The impact of satisfaction and image on loyalty: the case of Alpine ski resorts. *Publication info: Managing Service Quality*, 18(2),163-178.
- Fehl, S.M. (2006, June). *The relationship of service quality to customer satisfaction: An analysis within industrial business-to-business technical field service*. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment Of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy Capella University.
- Frédéric, B.; Demoulin, N. (2007). Waiting time influence on the loyalty relationship in services. *Managing Service Quality*, 17(2),174-193.

- Goyal, E., Purohit, S. and Bhaga, M. (2011). Study of satisfaction and usability of the Internet on student's. *International Journal of Education and Development using Information and Communication Technology (IJEDICT)*, 7, Issue 1.
- Hill and Frances M. (1995). Managing service quality in higher education: the role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education* 3. 3.
- Hu, H. (2005). *Personality types and consumer preferences for multiple currency usages: A study of the restaurant industry*. Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Doctor of Philosophy in the Graduate School of the Ohio State University 2005.
- Hasin, Roongrat dan Shareef (2001). Statistical measures of customer satisfaction for health care quality assurance: a case study. *International Journal of Health Care Quality Assurance* ,14(1) ,6-13.
- Henry E. (april 2004). *customer perceptions of satisfaction og solution technology services*. A Dissertation Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree. Doctor of Management in Organizational Leadership University of Phoenix.
- Infoskripsi (2012). *Jenis-jenis penelitian ilmiah*. Retrieved 9 oktober 2012, dari <http://www.infoskripsi.com/Resource/Jenis-jenis-PenelitianIlmiah.html>.
- J.D. Power and Associates (2009). J.D. Power and Associates Reports: Improvements in Performance and Reliability Drive Increase in Overall Customer Satisfaction With Residential Internet Service Providers. *Publication info: PR Newswire* [New York].
- Jia, Q.R. (2008). *It service climate: an extension to it service quality research* A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Doctor of Philosophy Degree.
- Joseph E. S. (2008). *Examining the relationship between service quality and customer loyalty in lebanese restaurants*. Dissertation Submitted to Northcentral University Graduate Faculty of the School of Business and Technology Management in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy.
- Karim, J. (2009). Emotional Labor and Psychological Distress: Testing the Mediatory Role of Work-Family Conflict, *European Journal of Social Sciences* 11, 4.
- Kelley, S.W., Donnelly, J.H. and Skinner, S.J. (1990). Customer participation in service production and delivery. *Journal of Retailing*, 66(3),315.
- Kerfoot (2007). Patient Satisfaction and High-Reliability Organizations: What's the Connection?. *Publication info: Nursing Economics* 25(2),119-120.
- Larry, et al. (2011). Study of Satisfaction, Loyalty, and Market Share in Kuwait Banks Offering Mutual Fund Services. *Publication info: Journal of International Business Research* 10(2),1-18.
- Li, X. (2006, August). *Examining the antecedents and structure of customer loyalty in a tourism context*, Doctor of Philosophy.
- Mustafa, H (2000). *Teknik sampling*. Retrieved 9 Oktober 2012, dari [home.unpar.ac.id/~hasan/SAMPLING.doc](http://home.unpar.ac.id/~hasan/SAMPLING.doc)
- McElwee, G. and Redman, T.(1993). Upward appraisal in practice, *Education + Training*, 35.(2):27-31.
- Mayo, Robert. Education can increase loyalty and decrease costs. *Managed Healthcare*. 26-28.
- Mitchell (1998, Sep). Perceptions of empathy and client satisfaction with managed behavioral health care. *Publication info: Social Work* 43(5),404-11.
- Mohammadreza, et al. (2012). Impact of a Workshop About Aging on the Empathy Scores of Pharmacy and Medical Students. *Publication info: American Journal of Pharmaceutical Education* 7 (6):1-9.

- Prastowo, A. (2012). *Pengertian sampel dan populasi*. Retrieved 9 oktober 2012, dari <http://dunia-penelitian.blogspot.com/2011/10/pengertian-sampel-dan-populasi.html>.
- Puskom (2012). Dokumen layanan. Diambil pada 9 oktober 2012, dari dokumen layanan Pusat Komputer Universitas Kristen Petra.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L. Berry (1988). *Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*.
- Parasuraman, Zeithaml, V.A., Leonard L. Berry (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., and Zeithaml, V.A. (1986), "Quality counts in services too", *Business Horizons*
- Parasuraman dan Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra (2005). E-S-QUAL A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality. *Journal of Service Research*.
- Ridwanaz (2012). *Pengertian Penelitian Deskriptif*. Retrieved 9 oktober 2012, dari <http://ridwanaz.com/umum/bahasa/pengertian-penelitian-deskriptif/>. Strategy, B. Global Trends Watch-Brand Education: lessons in loyal.
- Suryana, C. (2012). Data dan Jenis Data Penelitian. Retrieved 9 Oktober 2012, dari <http://csuryana.wordpress.com/2010/03/25/data-dan-jenis-data-penelitian/> Cahya Suryana.
- Scharoun (2005). Beyond Customer Satisfaction: How Quality Assurance Can Help You Run A Better Business. *Publication info: Franchising World, suppl. Supplier Source Book* 37. (10) 63-64.
- Schakett, T.J. (2009). *The impact of social bonding on the buyer's loyalty, trust, satisfaction and service quality towards the seller in a business-to-business relationship*. A Dissertation Presented to the Faculty of the College of Business Administration of TUI University In Partial Fulfillment of the Requirement for the Degree of Doctor of Philosophy in Business Administration By Tammy J. Schakett.
- Shauchenka, H. and Buslowska, E. (2010). Methods and Tools for Higher Education Service Quality Assessment (survey). *Zeszyty Naukowe Politechniki Białostockiej. Informatyka*. (5).
- Semuel, H. (2012). *Presentasi Pendekatan Penelitian Kuantitatif pada Ilmu Ekonomi dan Bisnis Program Studi MM Universitas Kristen Petra Surabaya*.
- Woongchul dan Daehun (2009). Software assurance towards better IT service. *Journal of Service Science* 1, (1) 31-56.
- Wilches, G and Alzate (2009). *The relationship between rewards and recognition, service-oriented organizational citizenship behaviour, and customer satisfaction*. A thesis presented to the University of Waterloo in fulfillment of the thesis requirement for the degree of Doctor of Philosophy in Management Sciences Waterloo, Ontario, Canada.
- Wazzan, D.B. (2007, May). *Patient loyalty versus satisfaction: Implications for quality and marketing strategies*. Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Health Services Administration Walden University.
- Yaacob, et al. (2011). Patients Satisfaction towards Service Quality in Public Hospital Malaysia Perspective. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 635 (2) 12