



## PERAN MEDIASI KEPUASAN DALAM PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA INSTITUSI TERHADAP RETENSI MAHASISWA

(Studi Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi di Lumajang)

Riza Bahtiar Sulistyan\*  
STIE Widya Gama, Lumajang

Hafid Aditya Pradesa  
Universitas Brawijaya, Malang

Kasno T. Kasim  
STIE Widya Gama, Lumajang

rizaabahtiar@gmail.com

### ABSTRAK

Retensi mahasiswa bersifat penting bagi keberhasilan sebuah institusi pendidikan tinggi dan kepuasan yang dirasakan mahasiswa merupakan faktor penting untuk mencapai retensi tersebut. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menguji model yang terintegrasi dari kualitas layanan dan citra institusi terhadap retensi secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan mahasiswa. Sekitar 106 siswa dari lima institusi pendidikan tinggi di sekitar Lumajang, Jawa Timur, turut berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian. Pemodelan persamaan struktural dengan basis pendekatan *Partial Least Square* (PLS) digunakan untuk menguji hipotesis yang dikembangkan dari kajian empiris sebelumnya. Dari tujuh hipotesis yang diajukan, hanya satu yang ditolak, yakni tidak adanya efek penting dari citra institusi yang dirasakan mahasiswa terhadap retensi yang ditunjukkan. Dari data empiris dan model konseptual yang telah dibangun, hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa memiliki peran mediasi penting atas pengaruh kualitas layanan dan citra institusi yang dinilai oleh mahasiswa untuk mendorong kemauan tetap tinggal dan menyelesaikan studinya di perguruan tinggi. Hasil penelitian menunjukkan temuan menarik yang menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa atas institusi pendidikan tinggi lebih dipengaruhi oleh citra institusi dibandingkan dengan kualitas layanan. Berdasarkan temuan penelitian, gagasan untuk membangun citra institusi yang lebih baik dan memberikan layanan pendidikan yang berkualitas untuk mendorong kepuasan mahasiswa lebih tinggi menjadi sangat penting di industri pendidikan mempertimbangkan bahwa secara umum dalam pemasaran biaya untuk menarik pelanggan jauh lebih tinggi daripada biaya untuk mempertahankannya.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Citra Institusi, Kepuasan Mahasiswa, Retensi Mahasiswa

## PENDAHULUAN

Dalam sudut pandang pemasaran, pelanggan dipandang sebagai sumber pendapatan dan sangat penting bagi keberhasilan sebuah organisasi. Namun sebaliknya, banyak organisasi memiliki sumber daya yang terbatas dan terus mencari pelanggan baru untuk memberikan pendapatan yang dibutuhkan dan mencapai keberlanjutan organisasi. Namun, mengingat perolehan pelanggan baru mahal, beberapa organisasi lebih memilih untuk mempertahankan pelanggannya karena lebih murah dan lebih menguntungkan.

Retensi pelanggan adalah area yang diminati tidak hanya dalam pemasaran untuk bisnis swasta tetapi juga pada praktisi akademis. Dalam literatur perilaku konsumen, banyak ilmuwan dan praktisi sangat tertarik dengan apa yang dapat memotivasi pelanggan untuk tinggal dengan perusahaan (sebagai contoh Aspinallet *al.*, 2001; Esmaeilpour dan Barjoei, 2016). Beberapa perusahaan telah diidentifikasi mengalami kejadian menarik yakni pelanggan yang membelot ke pesaing ketika perusahaan percaya bahwa pelanggan merasa puas dengan layanan atau setia pada perusahaan (Sickler, 2013). Dalam konteks institusi pendidikan, pertanyaan yang penting muncul kurang lebih sama, yakni apakah mahasiswa tetap tinggal di suatu perguruan tinggi dikarenakan merasa loyal, puas atau hanya dikarenakan telah menemukan nilai dalam layanan yang telah dibeli dan dikonsumsi (Archambault, 2008; Sickler, 2013).

Mahasiswa merupakan konsumen yang paling utama sekaligus sumber penghasilan utama bagi institusi pendidikan tinggi. Salah satu permasalahan yang muncul adalah tentang retensi mahasiswa, terkait dengan keputusan mahasiswa untuk tetap tinggal dan melanjutkan studi kemudian menyelesaikan studinya. Tingkat retensi, ketahanan, dan kelulusan mahasiswa menjadi indikator utama kesuksesan institusi pendidikan tinggi (Polinsky, 2003). Tingkat penilaian tentang kesuksesan tersebut didefinisikan dalam literatur sebagai persentase siswa yang menyelesaikan satu tahun belajar di sebuah institusi dan melakukan registrasi ulang untuk tahun kedua di institusi yang sama (Hagedorn, 2005). Kara dan DeShields (2004) menyatakan bahwa merekrut mahasiswa baru

selalu terlihat sebagai kegiatan penting bagi institusi pendidikan tinggi. Bukti mengejutkan karena hal ini telah dibuktikan sebelumnya oleh Tinto (1975 dan 1993); dimana hasil statistik yang dilaporkan mengungkap bahwa lebih dari 40 persen dari semua mahasiswa yang melanjutkan studi di perguruan tinggi meninggalkan pendidikan tinggi tanpa mendapatkan gelar sarjana. Fakta lain bahwa 75 persen mahasiswa ini akan drop out dalam dua tahun pertama kuliah (Tinto, 1993). Bagi banyak institusi pendidikan tinggi, salah satu hal yang dapat diharapkan bahwa sekitar 56 persen kelas yang khas tidak akan lulus karena berbagai alasan, namun alasan utamanya yang terpenting adalah rendahnya retensi di kalangan mahasiswa (Tinto, 1993).

Di perguruan tinggi, tingkat retensi mahasiswa akan memberikan dampak biaya lebih rendah dan meningkatkan pendapatan bagi universitas. Pentingnya perguruan tinggi untuk fokus pada mahasiswa, dikarenakan selaku pelanggan mahasiswa dapat memberikan kesempatan organisasi perguruan tinggi menggunakan elemen pemasaran strategis untuk membangun manajemen hubungan pelanggan yang baik. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi retensi mahasiswa termasuk kepuasan (Ranaweera dan Prabhu, 2003; Alves dan Raposo, 2006; Schinde, 2010), citra (Alves dan Raposo, 2010; Ali *et al.*, 2016), dan layanan (Al-Hawari, 2006; Helgesen dan Nettet, 2007; Ali *et al.*, 2016). Citra atau image menurut Kotler (2009) adalah persepsi publik atas perusahaan atau produk, digambarkan sebagai kesan keseluruhan yang dibuat di benak masyarakat tentang sebuah organisasi. Bloemer *et al.*, (1997) meneliti tentang loyalitas pelanggan dengan antesedennya seperti citra institusi, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks universitas, citra institusi dipandang telah sesuai dengan penilaian mahasiswa, untuk kemudian mempengaruhi loyalitas dan retensi yang ditunjukkan.

Kara dan DeShields (2004) dan Helgesen dan Nettet (2007) menjelaskan secara lebih rinci bahwa kepuasan mahasiswa terkait erat dengan pola retensi yang ditunjukkan. Namun, tidak tepat untuk mempertimbangkan kualitas pendidikan hanya pada kategori layanan untuk membuat mahasiswa merasa lebih puas.

Sesungguhnya kualitas layanan dalam pendidikan memiliki dampak pribadi mendalam seperti persepsi citra institusi yang memiliki nilai sosial signifikan dan tidak dapat dikurangi hanya untuk hubungan pasar komoditas.

Seperti halnya di banyak daerah lain di Indonesia, pada sektor pendidikan tinggi di Lumajang Provinsi Jawa Timur mempunyai keunikan tersendiri mempertimbangkan dorongan berbeda untuk perubahan yang ada di daerah sub-urban. Terdapat kekhawatiran yang berkembang tentang orang-orang di masyarakat setempat tentang pentingnya melanjutkan studi di pendidikan tinggi. Masyarakat mulai menyadari pentingnya pendidikan, serta harapan yang besar bagi mahasiswa untuk tetap tinggal di dalam perguruan tinggi dan menyelesaikan studinya. Sementara dalam perspektif pemasaran mahasiswa yang dipandang sebagai pelanggan saat ini cenderung untuk tetap tinggal dan menyelesaikan studi hanya bisa dicapai apabila merasa puas. Perlu diketahui bahwa lembaga pendidikan tinggi tidak berbeda dengan perusahaan nirlaba. Sehingga, dalam penelitian ini lebih berfokus secara khusus pada retensi mahasiswa di Lumajang, dan menguji faktor apa yang paling penting untuk mempengaruhi retensi mahasiswa khususnya pada tahun kedua menempuh studinya di perguruan tinggi setempat.

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

### **Kualitas Layanan**

Meningkatnya persaingan antar perguruan tinggi dan ekspektasi yang dimiliki mahasiswa telah menyebabkan kesadaran akan pentingnya untuk menyediakan layanan pendidikan berkualitas dalam rangka mempertahankan jumlah siswa yang cukup dengan kemampuan tinggi (Canic dan McCarthy 2000). Perubahan harapan mahasiswa dari waktu ke waktu dianalisis, serta kesenjangan antara harapan dan kinerja kualitas layanan yang dirasakan (Hill, 1995). Mahasiswa dipandang sebagai pemangku kepentingan utama pada institusi pendidikan tinggi, sebagai penerima langsung layanan pendidikan yang diberikan, sehingga kualitas layanan yang dirasakan telah berubah menjadi isu yang sangat penting bagi pengelolaan universitas. Gruber *et al.*, (2010) mengemukakan bahwa kualitas layanan di institusi pendidikan

tinggi dapat dikenali sebagai varians antara pengharpaan mahasiswa atas layanan pendidikan dan persepsi atas layanan pendidikan yang diterima.

Definisi tentang kualitas berkisar pada gagasan bahwa kualitas harus dinilai berdasarkan penilaian pengguna layanan. Salah satu aspek yang paling diperdebatkan tentang bagaimana mengukur kualitas layanan di pendidikan tinggi secara efektif. Sebelumnya telah dinyatakan bahwa kualitas institusi pendidikan ditentukan oleh sejauh mana kebutuhan dan pengharapan akademis atau non-akademik dari mahasiswa dapat terpuaskan (Tan dan Kek, 2004). Misalnya, sebagai penyedia layanan publik, universitas harus mempertimbangkan evaluasi mengenai kualitas akademik – pengajaran dengan lebih hati-hati.

Literatur kualitas layanan pendidikan menunjukkan pentingnya institusi pendidikan untuk memantau kualitas layanan yang diberikan agar berkomitmen terhadap perbaikan secara terus-menerus. Sistem pengukuran kualitas layanan secara umum yang paling banyak dirujuk diperkenalkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988, 1991). Pada awalnya diperkenalkan konsep SERVQUAL, sebagai sistem yang memanfaatkan paradigma *disconfirmation* (antara harapan dan kenyataan). Bertolak dari hal tersebut telaah selanjutnya mengarah kepada kesenjangan antara kualitas layanan yang diharapkan dan yang dirasakan dapat menentukan seberapa besar kepuasan yang dirasakan pelanggan. Beberapa penulis sebelumnya mengemukakan pendekatan ini dengan mempertimbangkan metodologi pengukuran bahwa konsep kualitas layanan dihasilkan dari perbandingan persepsi kinerja dengan harapan pada konteks perguruan tinggi (misal Athiyaman, 1997; dan Canic dan McCarthy 2000).

### **Citra Institusi**

Seiring dengan berkembangnya prinsip bahwa layanan berkualitas tinggi menghasilkan keuntungan terukur dalam hal keuntungan dan pangsa pasar, institusi pendidikan tinggi dewasa ini menghadapi lingkungan persaingan dan komersial yang semakin ketat. Sehingga institusi pendidikan tinggi perlu beralih ke strategi untuk menangani kualitas layanan dan faktor terkait lainnya. Terdapat sebuah cara yang dapat

diadopsi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang semakin menantang. Salah satu hal yang diakui dapat berperan penting lainnya adalah terkait citra institusi.

Barich dan Kotler (1991) mendefinisikan citra institusi sebagai keseluruhan kesan tentang sebuah organisasi yang dibuat di benak masyarakat. Suatu institusi harus menciptakan kepribadiannya secara independen sejauh hal tersebut menyangkut merek, produk dan layanan yang dimiliki. Kondisi ini harus dimanfaatkan institusi dalam meningkatkan tingkat kredibilitas dan ketenaran yang dinikmati. Institusi pendidikan tinggi perlu memelihara atau mengembangkan citra yang berbeda untuk menciptakan keunggulan kompetitif di pasar yang semakin kompetitif. Terdapat fakta bahwa institusi pendidikan kurang membangun citra seperti halnya institusi publik lain (Nguyen dan LeBlanc, 2001). Citra dibangun berkat persepsi yang dimiliki konsumen terhadap karakter dan kepribadian institusi atau organisasi. Nguyen dan LeBlanc (2001) meninjau citra institusi dan reputasi pada keputusan retensi dari perspektif loyalitas pelanggan, menunjukkan bahwa tingkat loyalitas cenderung lebih tinggi bila persepsi tentang reputasi dan citra institusi bersifat menguntungkan.

### **Kepuasan Mahasiswa**

Orientasi dan evaluasi pelanggan terhadap kepuasan yang dirasakan adalah masalah khas dari organisasi sektor swasta. Hal ini disebabkan bahwa perusahaan harus lebih peduli terhadap pelanggan agar tidak keluar dari persaingan. Sehingga penilaian kepuasan mahasiswa adalah dasar dari strategi kompetitif yang harus dilakukan setiap institusi pendidikan tinggi untuk mendapatkan preferensi dan mencapai peringkat tinggi oleh "calon konsumen" yakni calon mahasiswa lain yang berniat memasuki perguruan tinggi.

Untuk memahami sepenuhnya apa yang sedang terjadi dengan mahasiswa saat mengikuti pendidikan tinggi, mahasiswa mengalami interaksi pengalaman dengan layanan akademis dan non-akademik. Athiyaman (1997) menyatakan bahwa seorang mahasiswa mendaftar di kelas dan menemukan harapannya dikonfirmasi secara negatif, dikonfirmasi atau

dikonfirmasi secara positif. Menimbang bahwa kepuasan dapat dipandang sebagai sikap spesifik atas suatu hubungan transaksional, secara keseluruhan. Dalam hal pendidikan tinggi, umumnya akan sangat membantu untuk melihat setiap kelas di mana mahasiswa memandangnya sebagai transaksi atau pertemuan layanan pendidikan.

Carey, Cambiano dan De Vore (2002), mendefinisikan kepuasan siswa mencakup masalah persepsi dan pengalaman siswa selama tahun-tahun mereka dalam belajar. Eakuru dan Matt (2008) menggambarkan kepuasan sebagai sebuah proses dimana aspek seperti harapan, persepsi dan emosi merupakan bagian dari prosesnya. Bila persepsi mahasiswa memenuhi harapan yang telah terbentuk sebelumnya, hal ini akan mendorong tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Namun, sebaliknya ketidakpuasan akan terjadi saat harapan mahasiswa tidak terpenuhi (Rust and Olivier, 1994). Dengan suasana pasar pendidikan tinggi saat ini, ada hak prerogatif bahwa siswa secara moral telah menjadi "pelanggan" dan oleh karena itu dapat dinyatakan sebagai pembayar biaya atas jasa atau layanan pendidikan yang telah diterima.

### **Retensi Mahasiswa**

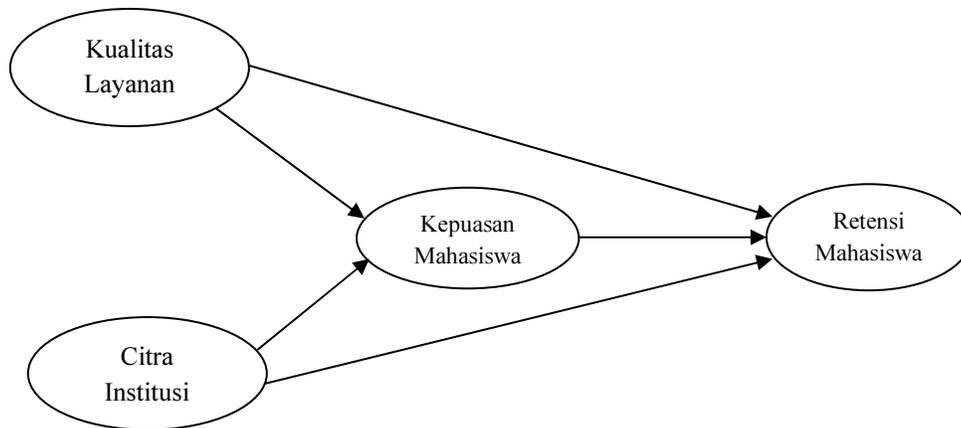
Tinto (1975) mengusulkan *Student Integration Model of Attrition* (SIMA) yang terkenal. Model SIMA ini bertujuan untuk menentukan tujuan awal mahasiswa dan komitmen institusi. Cabrera *et al.*, (1993) menggabungkan konsep Tinto dengan peneliti lain mengenai komitmen siswa terhadap penyelesaian studi dan kemudian menghasilkan model faktor eksternal tentang gesekan yang dirasakan siswa. Hal tersebut akan dijadikan dasar dalam membangun konsep retensi mahasiswa nantinya. Seperti yang dirumuskan oleh Tinto (1982), teori integrasi siswa diajukan sebagai persistensi atau retensi berdasarkan hubungan antara siswa dan institusi. Dikatakan bahwa retensi siswa melibatkan dua komitmen siswa, yang terdiri dari (1) komitmen tujuan untuk memperoleh gelar sarjana, dan (2) keputusan untuk memperoleh pendidikan tinggi di institusi pendidikan tertentu. Teori Interaktivitas Tinto (Tinto, 1993) berfokus pada tingkat komitmen institusi terhadap siswanya berdasarkan kelompok akademis dan sosial,

yang mengharuskan institusi tersebut bekerja untuk menempatkan kebutuhan siswa sebelum kebutuhan institusi. Teori multi dimensi ini menekankan jenis interaksi yang akan dimiliki siswa di kampus lebih dikarenakan alasan untuk menjelaskan retensi yang ditunjukkan.

Dalam kasus istilah, retensi adalah istilah institusi yang mengacu pada pemeliharaan siswa dari tahun pertama sampai kedua studi

(Hagedorn, 2005). Uraian juga didefinisikan sebagai siswa yang berkesinambungan dalam studi dalam semester berturut-turut sampai berhasil menyelesaikan sebuah gelar (Durivage, 2001). Cabrera *et al.*, (1993) menyebutkan bahwa temuan berdasarkan karakteristik siswa harus digunakan hanya sebagai titik tolak studi retensi untuk institusi pendidikan tertentu.

## HIPOTESIS



Gambar 1. Model Konseptual

Seperti yang diilustrasikan oleh Gambar 1, model penelitian menunjukkan bahwa retensi mahasiswa ditentukan oleh tingkat kepuasan yang dirasakan mahasiswa di institusi tersebut, oleh karenanya dipengaruhi oleh persepsi nilai yang dipegang oleh nilai keseluruhan atas kualitas layanan dan citra institusi. Citra institusi pada model penelitian yang digambarkan pada Gambar 1 juga merupakan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini. Oleh karena itu, hipotesis satu sampai lima dirumuskan sebagai berikut :

- H1 Kualitas layanan yang dirasakan oleh siswa dapat meningkatkan retensi
- H2 Citra institusi yang dirasakan oleh siswa dapat meningkatkan retensi
- H3 Peningkatan kepuasan siswa dapat meningkatkan retensi

- H4 Kualitas layanan yang dirasakan oleh siswa dapat meningkatkan kepuasan
- H5 Citra institusi yang dirasakan oleh siswa dapat meningkatkan kepuasan

Dikatakan bahwa mahasiswa memiliki persepsi positif atas kualitas layanan pada dari institusi pendidikan akan merasa lebih puas dibanding mahasiswa yang tidak memiliki persepsi positif. Selain itu, citra institusi membantu mahasiswa dalam mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang layanan pendidikan yang ditawarkan oleh beberapa universitas atau perguruan tinggi. Untuk selanjutnya hal ini dapat mengurangi ketidakpastian yang dirasakan dengan mendorong kepuasan dan keputusan untuk melanjutkan studi. Dengan demikian, kepuasan akan mempengaruhi niat mahasiswa untuk tinggal atau meninggalkan institusi. Oleh karena

itu, dua hipotesis tambahan diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H6 Kepuasan siswa memiliki efek mediasi yang bermakna penting dalam hal pengaruh kualitas pelayanan pada retensi siswa
- H7 Kepuasan siswa memiliki efek mediasi yang bermakna penting dalam hal pengaruh citra institusi pada retensi siswa

## METODOLOGI PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Terdapat banyak institusi pendidikan yang tidak memiliki sumber daya yang cukup dalam upaya membangun dan mengelola program retensi. Populasi target dalam penelitian ini adalah mahasiswa sarjana dari perguruan tinggi atau universitas di sekitar Lumajang, Jawa Timur, Indonesia. Terdapat lima institusi pendidikan tinggi yang diamati dalam penelitian ini, dan mahasiswa dari lima perguruan tinggi tersebut diambil sebagai responden. Selama penelitian digunakan metode *non probability sampling*, yakni dengan *convenience sampling* yang digunakan dalam penelitian. Desain penelitian bersifat *cross-sectional*, untuk kemudian mensurvei 106 siswa, dengan kuesioner didistribusikan secara pribadi.

Dari seluruh mahasiswa yang diambil sebagai responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai kelas *sophomore* (tahun kedua masa studi) yang dimasukkan dalam analisis data. Dari 106 responden, sekitar 37,7 persen merupakan mahasiswa laki-laki dan 62,3 persen adalah mahasiswi perempuan. Sebanyak 1,9 persen responden berusia di bawah 18 tahun, 72,6 persen berusia 19-21 tahun, dan 25,5 persen berusia di atas 21. Delapan puluh lima persen responden berasal dari sekolah menengah atas sebelum masuk mendaftarkan kuliah, dan sisanya responden berasal dari diploma. Mayoritas responden atau 69,8 persen adalah siswa yang sedang belajar ilmu sosial, 24,5 persen belajar ilmu pendidikan, dan hanya 5,7 persen responden yang mempelajari ilmu bahasa sebagai jurusan yang ditempuh pada pendidikan tinggi.

### Pengukuran

Pengukuran kualitas layanan menggunakan kombinasi skala SERVQUAL

(Parasuraman *et al.*, 1988; Parasuraman *et al.*, 1991), dan indikator dari ukuran kualitas layanan yang digunakan diadaptasi dalam setting universitas (Hennig-Thurau *et al.*, 2001). Sedangkan skala kualitas layanan dalam pendidikan memiliki lima dimensi (*tangibles, assurance, empathy, reliability, responsiveness*) dengan semuanya terdiri dari tiga item, kecuali "tangibles" (terdiri dari empat item). Untuk konstruk variabel citra institusi seperti yang disajikan dalam model konseptual, peneliti mengadaptasi model pengukuran dari Lu dan Lin (2010). Terdapat tiga komponen citra institusi, yang diberi nama "Institusi" (tiga item); "Fungsional" (tiga item) dan "Komoditi" (tiga item).

Untuk mengukur kepuasan mahasiswa, responden diminta untuk mengevaluasi pengalaman akademis yang dialami dengan membandingkan pentingnya faktor yang dipertimbangkan dan kepuasan terhadap faktor-faktor tersebut. Kepuasan mahasiswa dalam penelitian ini diukur dengan lima item yang menunjukkan kepuasan yang dirasakan atas perguruan tinggi tempat menempuh studi (Athiyaman, 1997).

Dengan menggunakan literatur retensi dan ketekunan mahasiswa, dirancang pengukuran konstruk untuk menilai retensi mahasiswa. Cabrera dkk. (1993) merupakan peneliti pertama yang menciptakan model retensi siswa yang terintegrasi. Konstruk tersebut diukur dengan lima dimensi (integrasi akademik, integrasi sosial, kesesuaian dengan lembaga, dorongan keluarga atau rekan, dan komitmen tujuan). Semua pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala likert berkisar antara satu sampai lima (1 = sangat tidak setuju; 5 = sangat setuju).

### Analisis

Berdasarkan pendekatan Partial Least Square (PLS), hipotesis penelitian diuji dalam pemodelan persamaan struktural dengan berbasis matriks varian. Model struktural yang ditunjukkan pada Gambar 1 dianalisis dengan menggunakan metode PLS melalui Software SmartPLS. Sebagai teknik multivariat generasi kedua (Fornell dan Cha, 1994), PLS secara bersamaan dapat mengevaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural

(*inner model*) dengan tujuan untuk meminimalkan kesalahan varians (Chin, 1998).

## HASIL PENELITIAN

Tabel 1. Rata-Rata (*Mean*), Standar Deviasi, dan Koefisien Korelasi

	AVE	CR	Mean	SD	1	2	3	4
1. Kualitas Layanan	0.603	0.883	3.474	2.761	(.836)			
2. Citra Institusi	0.708	0.879	3.557	1.677	.610**	(.793)		
3. Kepuasan Mahasiswa	0.678	0.913	3.776	3.130	.535**	.598**	(.882)	
4. Retensi Mahasiswa	0.564	0.865	3.836	2.631	.522*	.453**	.512**	(.805)

Catatan: \* p, 0,01; (signifikansi); Alpha Cronbach untuk setiap skala dicetak miring dan ditunjukkan diagonal.

Dari Tabel 1, hasil reliabilitas alpha berkisar antara 0.793 sampai 0.882, yang berarti seluruh variabel yang diamati dalam penelitian ini mempunyai koefisien reliabilitas yang baik dan dapat diterima dengan jelas. Pada Tabel 1, disajikan korelasi antara variabel laten; dengan semua korelasi secara statistik ditemukan signifikan ( $p < .001$ ). Validitas diskriminan yang dinilai dengan menggunakan varians rata-rata yang diekstraksi (Fornell dan Cha, 1994), dan nilai AVE untuk masing-masing faktor dibandingkan dengan dan harus melebihi korelasi kuadrat antara faktor tersebut dan semua faktor lainnya. Rata-rata varians yang diekstraksi (AVE) untuk konstruk kualitas layanan, citra institusi, kepuasan mahasiswa, dan retensi mahasiswa masing-masing adalah 0.603, 0.708, 0.687, dan 0.564. Hasil juga menunjukkan bahwa reliabilitas komposit masing-masing adalah 0.883; 0.879; 0.913, dan 0.865.

Seluruh hipotesis diuji dan dianalisis dengan menggunakan metode Partial Least Square. Untuk melihat nilai koefisien beta pada pengaruh langsung dan tidak langsung pada model penelitian dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2, penjelasan masing-masing hipotesis yang telah diajukan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 diterima, yang menyatakan bahwa kualitas layanan lebih tinggi yang dirasakan oleh mahasiswa akan meningkatkan retensi. Koefisien jalur dari model struktural untuk hubungan dari kualitas layanan terhadap retensi mahasiswa adalah 0.313 ( $p < .000$ ). Sementara hipotesis 2 yakni bahwa citra institusi yang dirasakan akan meningkatkan retensi mahasiswa, dinyatakan ditolak dalam penelitian. Koefisien jalur pada model struktural untuk hubungan dari citra institusi ke retensi mahasiswa ditemukan sebesar 0.086 ( $p < 0.237$ ). Hipotesis 3 dalam penelitian diterima, yang menyatakan bahwa peningkatan kepuasan yang dirasakan akan meningkatkan retensi mahasiswa. Koefisien jalur dari kepuasan terhadap retensi mahasiswa adalah 0.293 ( $p < .003$ ). Hipotesis Hipotesis 4 diterima, yang menyatakan bahwa peningkatan kualitas layanan yang dirasakan akan cenderung meningkatkan kepuasan yang dirasakan. Koefisien jalur dalam hubungan kualitas layanan dengan kepuasan mahasiswa adalah 0.273 ( $p < .005$ ). Hipotesis 5

diterima, yang menyatakan bahwa semakin baik penilaian mahasiswa atas citra institusi akan meningkatkan kepuasan yang dirasakan mahasiswa. Koefisien jalur yang signifikan dari

model struktural dari citra institusi pada kepuasan mahasiswa adalah 0.431 ( $p < .000$ ).

Tabel 2. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung dalam Model

Hubungan Antar Variabel	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung (Melalui Kepuasan Mahasiswa)
1. Kualitas Layanan ke Kepuasan Mahasiswa	0.273**	
2. Citra Institusi ke Kepuasan Mahasiswa	0.431**	
3. Kepuasan Mahasiswa ke Retensi Mahasiswa	0.293*	
4. Kualitas Layanan ke Retensi Mahasiswa	0.313**	0.080*
5. Citra Institusi ke Retensi Mahasiswa	0.086	0.126*

Catatan: \*\* p, 0,01; (2-tailed); \* p, 0,05; (2-tailed);

Dalam peran mediasi, hipotesis 6 dinyatakan diterima, bahwa kepuasan mahasiswa akan memiliki efek mediasi yang signifikan dalam pengaruh kualitas layanan terhadap retensi siswa. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien beta kualitas layanan terhadap retensi melalui kepuasan mahasiswa:  $\beta_4 \times \beta_3 = 0.273 \times 0.293 = 0.080$ . Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap retensi mahasiswa ( $\beta_1$ ) yang ditemukan adalah 0,313. Meskipun hipotesis 6 diterima, dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa memainkan peran kecil dalam memperkuat kualitas layanan terhadap retensi mahasiswa.

Sementara hipotesis 7 dinyatakan diterima, bahwa kepuasan mahasiswa memiliki efek mediasi yang signifikan dalam pengaruh citra institusi terhadap retensi mahasiswa. Hasil perhitungan menunjukkan koefisien beta citra institusi terhadap retensi mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa :  $\beta_5 \times \beta_3 = 0.431 \times 0.293 = 0.126$ . Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap partisipasi anggota ( $\beta_2$ ) yang ditemukan tidak signifikan. Berdasarkan kriteria yang dikemukakan oleh Hair, *et al.* (2010), maka pada model struktural ini kepuasan mahasiswa dipandang mempunyai peran mediasi sepenuhnya dalam pengaruh citra institusi terhadap retensi mahasiswa.

**Kesimpulan dan Rekomendasi**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa tentang kualitas layanan dinilai paling rendah dibandingkan dengan konstruk lain yang diamati dalam penelitian. Tingkat kepuasan atas keseluruhan layanan yang diterima sedikit diatas rata-rata. Meskipun hal

ini menunjukkan bahwa para mahasiswa tidak benar-benar merasa puas, masih banyak ruang untuk perbaikan agar mahasiswa merasa benar-benar puas. Hasil model persamaan struktural juga menegaskan hanya satu hipotesis yang ditolak. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh lebih besar terhadap retensi mahasiswa dibandingkan dengan kepuasan yang dirasakan. Citra institusi yang ditemukan tidak signifikan terkait dengan retensi mahasiswa.

Menyampaikan layanan yang berkualitas menjadi tujuan penting bagi sebagian besar institusi pendidikan tinggi, agar mahasiswa lebih puas. Meskipun para praktisi sering menganggap bahwa layanan berkualitas merupakan anteseden terpenting dari kepuasan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak dapat memainkan peran utama untuk meningkatkan kepuasan jika dibandingkan dengan citra institusi. Penjelasan tentang hal ini mungkin terjadi dikarenakan lokasi, terbatasnya institusi pendidikan tinggi di daerah setempat, tidak sebanyak di daerah perkotaan atau kota besar. Perlu diketahui bahwa Lumajang merupakan salah satu kota yang masih berkembang di berbagai bidang, termasuk pemberdayaan masyarakat dan pendidikan. Hal ini sekiranya dapat menyebabkan pemahaman yang lebih baik dengan kebutuhan pendidikan, terutama di perguruan tinggi. Setiap perguruan tinggi atau universitas dengan citra institusi yang lebih baik di masyarakat Lumajang dipandang menjadi daya tarik tersendiri yang mampu memikat bagi orang-orang yang ingin melanjutkan studinya di jenjang pendidikan tinggi.

Secara keseluruhan, temuan penelitian berpendapat bahwa (i) kualitas layanan tidak hanya berperan sebagai anteseden penting retensi mahasiswa, tetapi juga untuk kepuasan mahasiswa; dengan pengaruh kualitas layanan pada retensi mahasiswa adalah hal yang paling penting daripada kepuasan mahasiswa; dan (ii) citra institusi penting untuk membuat mahasiswa lebih puas, namun sebaliknya tidak dapat meningkatkan retensi mahasiswa.

Terdapat peran mediasi yang penting dari kepuasan siswa dalam pengaruh kualitas layanan dan citra institusi pada retensi mahasiswa. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditegaskan bahwa dengan adanya efek tidak langsung yang bersifat lebih penting atas citra institusi terhadap retensi mahasiswa. Hubungan ini mengasumsikan bahwa mahasiswa tidak menggunakan kedua mekanisme kualitas layanan secara tepat untuk dapat menghasilkan kepuasan dan retensi secara tidak langsung. Dengan mahasiswa di bidang pendidikan tinggi yang menghadapi kenaikan biaya pendidikan, dan tuntutan bagi perguruan tinggi untuk memberikan 'nilai uang' atau *value of money* yang lebih baik bagi pelanggannya, maka kepuasan mahasiswa cenderung menjadi semakin penting untuk beberapa waktu kedepan. Dipandang menjadi lebih umum untuk mengekspos mahasiswa tingkat kedua (atau tahun kedua studi) untuk mengetahui seberapa puas dalam mengkonsumsi layanan pendidikan di perguruan tinggi.

Disamping hasil dan implikasi penelitian, terdapat beberapa keterbatasan dan sejumlah peluang area untuk studi lebih lanjut. Pertama, studi perbandingan gender untuk studi di masa depan direkomendasikan, terutama baik di daerah wilayah yang telah maju atau berkembang, serta dapat memberikan data yang lebih kuat untuk generalisasi temuan yang lebih baik. Mungkin, terdapat pola lintasan pria dan wanita, mengingat perbedaan tidak hanya pengalaman pendidikan yang menyebabkan retensi, tapi juga dengan keseluruhan kepuasan yang dirasakan. Misalnya, pada negara-negara berkembang, perempuan tampak kurang tegas dan tampaknya memiliki kesempatan yang tidak setara dibandingkan laki-laki (kemungkinan siswa atau mahasiswa perempuan untuk menikah dan keluar studinya lebih besar

daripada pria). Kedua, pilihan sampel sebagian didasarkan pada kenyamanan akses; Ini bukan contoh proporsional untuk masing-masing mahasiswa perguruan tinggi, dan profil responden tersebut tidak dibandingkan menurut institusi pendidikan tempat mahasiswa menempuh studi. Oleh karena itu, penelitian tidak memiliki kapasitas yang cukup kuat untuk menilai keterwakilan sampel mahasiswa dalam survei. Ketiga, batasan lainnya adalah desain penelitian *cross-sectional*. Komponen retensi akan memakan waktu lama, akan memerlukan pelacakan kemajuan siswa melalui tujuan pendidikan tinggi untuk lulus, disarankan untuk menguji retensi dalam studi longitudinal di masa depan. Selanjutnya, para peneliti dapat berfokus pada manfaat yang dapat diterima sebuah institusi saat memberikan layanan yang luar biasa kepada mahasiswa. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mereplikasi atau mengadaptasi temuan penelitian ini dan mengenalkan variabel tambahan atau hal lainnya untuk mengatasi permasalahan retensi mahasiswa di perguruan tinggi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Hawari, Mohammed. (2006). The effect of automated service quality on bank financial performance and the mediating role of customer retention. *Journal of Financial Services Marketing*; Feb 2006; 10, 3, pp. 228 – 243.
- Ali, Faizan; Yuan Zhou, Kashif Hussain, Pradeep Kumar Nair, Neethiahnanthan Ari Ragavan. (2016). Does higher education service quality effect student satisfaction, image and loyalty?. *Quality Assurance in Education*, Vol. 24 Iss 1 pp. 70 – 94. DOI 10.1108/QAE-02-2014-0008.
- Alves, H., & Raposo, M. (2006). Conceptual model of student satisfaction in higher education. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(5), 571-588.
- Alves H, Raposo M (2010). The influence of university image on student behavior. *International Journal of Educational Management* Vol. 24 No. 1, 2010 pp. 73-85.

- Archambault, Leo Z. (2008). *Measuring Student Satisfaction and Its Impact on Student Retention : Developing a Combined Model For Use in Private, Post-Secondary Institutions*. Nova Southeastern University : Dissertation (retrieved from ProQuest LLC).
- Aspinall, Edward; Clive Nancarrow, Merlin Stone.(2001).The meaning and measurement of customer retention. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* Vol. 10, 1, 79–87.
- Athiyaman, Adee. (1997). Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education. *European Journal of Marketing*, Vol. 31 No. 7, 1997, pp. 528-540.
- Barich, H. and Kotler, P. (1991).A Framework for marketing image management.*Sloan Management Review*, Vol. 32 No. 2, pp. 94 – 104.
- Cabrera, A.F., A. Nora and M. Castaneda.(1993).College persistence: Structural equations modeling test of an integrated model of student retention. *Journal Higher Edu.*, 64: 123-39.
- Cabrera, A.F., Castaneda, M.B., Nora, A., & Hengstler, D. (1992). The convergence of two theories of college student persistence. *Journal of Higher Education*, 63 (2),143-164.
- Canic, M.J. and McCarthy P.M. (2000). Service Quality and Higher Education Do Mix.” *Quality Progress*, 9 : 41-46.
- Carey, K., Cambiano, R. L. & De Vore, J. B. (2002). Student to faculty satisfaction at a Midwestern university in the United States. *HERDSA*, 93-97. Retrieved August 28th 2004, from [www.ecu.edu.au/conferences/herdsa/main/papers/ref/pdf/Carey.pdf](http://www.ecu.edu.au/conferences/herdsa/main/papers/ref/pdf/Carey.pdf)
- Chin, W.W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modeling, in Marcoulides, G.A. (Ed.), *Modern Methods for Business Research*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah, NJ, pp. 295-336.
- Durivage, M. A. (2001). Student retention: A community college challenge. (Doctoral dissertation. Eastern Michigan University, 2001). ProQuest Information and Learning Company, (UMI 1407733). Retrieved March 30, 2017, from <http://proquest.umi.com.library.capella.edu>.
- Eakuru, N. & Matt, N. K. N. (2008). The application of structural equation modelling (SEM) in determining the antecedents of customer loyalty in banks in South Thailand. *The Business Review*, 10(2), 129-139.
- Esmailpour, Majid; Sahebeh Barjoei.(2016). The effect of corporate image on customer satisfaction through Brand equity. *Advances in Management & Applied Economics*, vol. 6, no. 4, 2016, 95-109.
- Fornell, C., J. Cha. (1994), Partial least squares, in Bagozzi, R.P. (Ed.), *Advanced Methods of Marketing Research*, Blackwell, Oxford, pp. 52-78.
- Gruber, Thorsten; Stefan Fuß, Roediger Voss. (2010). Examining student satisfaction with higher education services: using a new measurement tool. *International Journal of Public Sector Management*, 23 (2), pp. 105 - 123. DOI : 10.1108/09513551011022474.
- Hagedorn, L. S. (2005). How to define retention: a new look at an old problem. In A. Seidman 121 (Ed.), *College Student Retention: Formula for Student Success* (pp. 89-105). Westport: Praeger.
- Helgesen, Øyvind, Erik Nettet. (2007).Images, Satisfaction and Antecedents: Drivers of Student Loyalty? A Case Study of a Norwegian University College. *Corporate Reputation Review*, Vol. 10, No. 1, pp. 38 –59.
- Hennig-Thurau, T., Langer, M. F., & Hansen, U. (2001). Modeling and managing student loyalty: An approach based on the concept of relationship quality. *Journal of Service Research*, 3(4), 331–344. doi:10.1177/109467050134006.
- Hill, F. (1995). Managing service quality in higher education: The role of the student as primary consumer. *Quality Assurance in Education*, 3(3), 10-21.

- Kara, Ali; Oscar W. DeShields, Jr. (2004). Business Student Satisfaction, Intentions and Retention in Higher Education: An Empirical Investigation. *MEQ Vol 3 Fall 2004*.
- Kotler, Philip. (2009). *Marketing Management (In Indonesian)*. Jakarta : Erlangga.
- Lu, Ching-Yuh; Long-Yi Lin.(2010). The influence of corporate image, relationship marketing, and trust on purchase intention: the moderating effects of word-of-mouth. *Tourism Review Vol. 65 NO. 3*, pp. 16-34. DOI 10.1108/16605371011083503.
- Nguyen, Nha; Gaston LeBlanc. (2001). Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *The International Journal of Educational Management*; 2001; 15, 6/7, pp. 303 – 311.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multi-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (3), 12-41.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. (1991). Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale. *Journal of Retailing*, 64(4), 420-450.
- Polinsky, Tracy L. (2003). Understanding Student Retention Through a Look at Student Goals, Intentions, and Behavior. *Journal of College Student Retention*, Vol. 4 (4) pp. 361 – 376.
- Ranaweera, Chatura, Praghu, Jaideep (2003). On the Relative Importance of Customer Satisfaction and Trust as Determinants of Customer Retention and Positive Word of Mouth. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing* 12(September) 1, 82-90.
- Rust, R. T. & Olivier, R. L. (1994). *Service quality: new directions in theory of practice*. Thousand Oaks: Sage.
- Ruyter, K.D., J. Bloemer, P. Peeters. (1997). Merging service quality and service satisfaction: An empirical test of an integrative model. *Journal of Economic Psychology* 18 (1997) 387-406.
- Schinde, G. S. (2010). The relationship between students' responses on the National Survey of Student Engagement (NSSE) and retention. *Review of Higher Education and Self-Learning*, 3(7), 54-67.
- Sickler, Stephanie L. (2013). *Undergraduate Student Perceptions of Service Quality As a Predictor of Student Retention in The First Two Years*. Graduate College of Bowling Green State University : Dissertation (retrieved from ProQuest LLC).
- Tan, K. C., & Kek, S. W. (2004). Service quality in higher education using an enhanced SERVQUAL approach. *Quality in Higher Education*, 10(1), 17–24.
- Tinto, Vincent. (1993). *Leaving College: Rethinking the Causes and cures of student attrition*, 2nd edition. Chicago: University of Chicago Press.
- Tinto, Vincent. (1982). Limits of Theory and Practice in Student attrition. *The Journal of Higher Education*, 53(6), 687-700.
- Tinto, Vincent. (1975). *Dropout from Higher Education: A Theoretical Synthesis of Recent Research*. *Review of Educational Research*, 45, 89-125.