

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PASCASARJANA UIN
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

TESIS

**OLEH
LAILATUL ROZABIYAH
NIM : 16710011**



**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM SEKOLAH
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2019**

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PASCASARJANA UIN
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Diajukan kepada Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Batu
Untuk Memenuhi Beban Studi pada
Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh

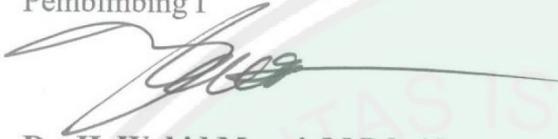
LAILATUL ROZABIYAH
NIM 16710011

**PROGAM MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2019**

LEMBAR PERSETUJUAN

Tesis dengan judul “PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PASCASARJANA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG” ini telah diperiksa dan disetujui.

Malang
Pembimbing I



Dr. H. Wahid Murni, M.Pd. Ak
NIP.195903032000031002

Malang
Pembimbing II



Dr. Hj. Sri Harini, M.Si
NIP. 197310142001122002

Malang
Mengetahui,
Ketua Program Magister MPI



Dr. H. Wahid Murni, M.Pd. Ak
NIP. 195903032000031002

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis dengan judul “PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA PASCASARJANA UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG” ini telah di uji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 10 April 2019.

Dewan Penguji,



Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si Ketua
NIP. 197008132001121001



H. Slamet, M.M. Ph.D Penguji Utama
NIP. 196604121998031003



Dr. H. Wahid Murni, M.Pd. Ak Anggota
NIP.195903032000031002



Dr. Iji Sri Harini, M.Si Anggota
NIP. 197310142001122002

Mengetahui,
Directur Pascasarjana
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim



Prof. Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 195507171982031005

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailatul Rozabiyah
NIM : 16710011
Program Studi : Manajemen Pendidikan Islam (MPI)
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa dalam hasil penelitian saya ini tidak terdapat unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar rujukan.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur penjiplakan dan ada yang klaim dari pihak lain maka saya bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa adanya paksaan dari siapapun.

Malang
Hormat saya,



Lailatul Rozabiyah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, penulis ucapkan atas limpahan rahmat dan bimbingan Allah SWT, tesis yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*” dapat terselesaikan dengan baik semoga ada guna dan manfaatnya.

Sholawat serta Salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatnya ke arah jalan kebenaran dan kebaikan.

Selanjutnya peneliti ungkapkan rasa syukur yang tiada tara dan penghargaan yang tertinggal kepada kedua orang tua, kakak, adik dan segenap keluarga yang senantiasa mengiringi pada setiap pijakan langkah kaki peneliti dalam lantunan doa dan menjadi motivasi yang luar biasa buat peneliti, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.

Penelitian juga menyadari keterbatasan pengetahuan yang peneliti miliki, oleh karena itu tanpa keterlibatan dan sumbangsih dari berbagai pihak, sangat sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan tesis ini. Maka dengan segenap kerendahan hati peneliti ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Haris, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
2. Prof. Dr. Mulyadi, M.Pd.I selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Batu dan para Asisten Direktorat atas segala layanan dan fasilitas yang telah diberikan selama peneliti mengemban ilmu di universitas ini.
3. Ketua Program Studi Manajemen Pendidikan Islam, Bapak Dr. H.Wahid Murni, M.Ag dan Dr. Isti'anah Abubakar, M.Ag selaku sekretaris Progam Studi, atas motivasi, koreksi dan kemudahan pelayanan selama studi.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Dr. H.Wahid Murni, M.Ag atas bimbingan, saran, kritik, dan koreksinya dalam penulisan tesis.

5. Dosen pembimbing II, Dr. Hj. Sri Harini, M.Si atas bimbingan, saran, kritik dan koreksinya dalam penulisan tesis.
6. Semua staff pengajar atau dosen dan semua staff TU kampus Pascasarjana UIN Malang yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan wawasan keilmuan dan kemudahan selama menyelesaikan studi.
7. Semua mahasiswa pascasarjana yang menjadi responden dalam penelitian ini yang telah meluangkan waktu untuk bersedia mengisi angket yang saya berikan sebagai alat ukur penelitian ini
8. Kedua orang tua, ayahanda Bapak Abdul Rohman dan ibunda Ibu Maskanah yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi, dan do'a sehingga menjadi dorongan dalam menyelesaikan study, semoga menjadi amal yang diterima di sisi Allah SWT. Amin
9. Seluruh rekan dan rekanita senasib seperjuangan di progam studi Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2016 sahabat-sahabat yang di rumah semanding, terima kasih atas ketulusan kasih sayang dan persahabatan serta motivasi yang telah diberikan selama proses penyelesaian tesis ini.

Sebagai penutup peneliti menyadari bahwa dalam tesis ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Semoga apa yang menjadi kekurangan peneliti bisa disempurnakan oleh peneliti selanjutnya. Peneliti berharap semoga kebaikan dari semua pihak tersebut mendapat balasan dari Allah SWT berupa pahala yang berlipat ganda. Semoga kita semua dapat mengambil manfaat dari karya tulis ini dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah dan petunjuk-Nya kepada kita semua.

Malang
Peneliti,

Lailatul Rozabiyah

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan Tesis	iii
Lembar Pernyataan	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Motto	xiii
Persembahan	xiv
Abstrak	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Manfaat Penelitian	13
E. Hipotesis Penelitian	14
F. Asumsi Penelitian	15
G. Ruanglingkup Penelitian	16
H. Originalitas Penelitian	16
I. Definisi Operasional	24
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Perguruan Tinggi	26
1. Pengertian Perguruan Tinggi	26
2. Prodak Perguruan Tinggi	30
3. PTAIN	33
B. Kualitas Informasi Perguruan Tinggi	36
1. Kualitas informasi	36
2. Bentuk Informasi	38
3. Fungsi Informasi	42
4. Dimensi Kualitas Informasi	43
C. Kualitas Pelayanan	46
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	46
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	48
D. Kepuasan Mahasiswa	54
1. Mahasiswa	54
2. Kepuasan Mahasiswa.....	57
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa.....	61
4. Dimensi kepuasan mahasiswa	62
5. Strategi meraih dan meningkatkan kepuasan mahasiswa	66
E. Hubungan Antar Variabel	69

	1. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa	69
	2. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa	70
	3. Pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa	70
BAB III	METODELOGI PENELITIAN	
	A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	73
	B. Variabel Penelitian	75
	C. Keterkaitan antar Variabel dan Indikator	76
	D. Lokasi Penelitian	85
	E. Subjek dan Objek Penelitian	86
	F. Populasi dan Sampel	86
	G. Sampel Penelitian	87
	H. Pengumpulan Data	90
	I. Teknik menghitung Panjang Kelas Interval	92
	J. Instrumen Penelitian	92
	K. Teknik Analisis Data	94
	L. Metode Pengujian PLS (<i>Partial Least Square</i>)	107
BAB IV	PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN	
	A. Deskripsi Objek dan Variabel Penelitian	116
	B. Deskripsi Paparan Data Penelitian	124
	C. Analisis Data PLS	130
	D. Hipotesis Penelitian	145
	E. Analisa Variabel	148
BAB V	PEMBAHASAN	
	A. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Mahasiswa	152
	B. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa	154
BAB VI	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	165
	B. Saran	165
	Daftar Pustaka	167

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 : Perbedaan Persamaan antara Peneliti dengan Peneliti Sebelumnya ...	23
Tabel 2.1 : Pelanggan Internal dan Eksternal	55
Tabel 2.2 : Hak dan Kewajiban Mahasiswa	56
Tabel 3.1 : Variabel Kepuasan Mahasiswa	78
Tabel 3.2 : Variabel Kualitas Informasi	80
Tabel 3.3 : Variabel Kualitas Layanan	83
Tabel 3.4 : Jumlah Sampel Penelitian	87
Tabel 3.5 : Jumlah Sampel Penelitian yang di Proposionalkan	89
Tabel 3.6 : Alternatif Jawaban Responden	93
Tabel 4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	120
Tabel 4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan	121
Tabel 4.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	123
Tabel 4.4 : Distribusi Frekuensi tentang Kepuasan Mahasiswa	125
Tabel 4.5 : Distribusi Frekuensi tentang Kualitas Informasi	127
Tabel 4.6 : Distribusi Frekuensi tentang Kualitas Layanan	129
Tabel 4.7 : Nilai Outer Weigh VIF Value First Order	136
Tabel 4.8 : Signifikansi Outer Weigh pada First Order	138
Tabel 4.9 : Signifikansi Outer Loading pada First Order	140
Tabel 4.10 : Nilai Outer VIF	142
Tabel 4.11 : Koefisien Model Path Struktural	143
Tabel 4.12 : Koefisien Diterminasi R^2	144
Tabel 4.13 : Effect Size F^2	145
Tabel 4.14 : Relevansi Prediktif Q^2	146
Tabel 4.15 : Hasil Pengujian Hipotesis	147

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2.1 : Jasa Kependidikan Perguruan Tinggi	31
Gambar 2.2 : Siklus Informasi	38
Gambar 2.3 : Faktor Siklus Informasi	31
Gambar 2.4 : Faktor Pengaruh Pelanggan	61
Gambar 2.5 : Variabel Penelitian.....	72
Gambar 3.1 : Diagram Keterkaitan Antar Variabel	76
Gambar 3.2 : Hubungan Variabel Kepuasan Mahasiswa.....	79
Gambar 3.3 : Hubungan Variabel Kualitas Informasi	81
Gambar 3.4 : Hubungan Variabel Kualitas Layanan	85
Gambar 3.5 : Langkah-langkah Partial Least Square	96
Gambar 3.6 : Konstruk diagram jalur dengan 2 variabel	100
Gambar 3.7 : Pengujian relevansi Outer loading	109
Gambar 3.8 : Tingkat Colliniarity Model Pengukuran Formatif.....	112
Gambar 3.9 : Pengujian Signifikansi Outer Weigh.....	113
Gambar 3.10: Prosedur Model Pengukuran Struktural	114
Gambar 4.1 : Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Kuliah	120
Gambar 4.2 : Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan Kuliah	122
Gambar 4.3 : Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	123
Gambar 4.4 : Diagram Frekuensi Kepuasan Mahasiswa	125
Gambar 4.5 : Diagram Frekuensi Kualitas Informasi	127
Gambar 4.6 : Diagram Frekuensi Kualitas Laynan.....	129
Gambar 4.7 : Nilai Outer dan Inner Model Setelah di Bootstrapping	148

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Angket Penelitian
- Lampiran 2 : Nilai Outer VIF Value (Second Order) dan First Order
- Lampiran 3 : Nilai Signifikansi Outer Weight Second Order
- Lampiran 4 : Nilai Signifikansi Outer Loading Firts Order
- Lampiran 5 : Nilai Outer dan Inner Model pada Run 1 - Run 4 dengan Aplikasi PLS pada Tahapan Firts Order
- Lampiran 6 : Tanggapan Bebas (Saran Atau Komentar) Terhadap Informasi Dan Pelayanan Di Pascasarjana
- Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup



MOTTO

الْعِلْمُ صَيْدٌ وَالْكِتَابَةُ قَيْدٌ هُوَ

قَيْدٌ صَيْدٌ دَكَّ بِأَلْحَبَالِ الْوَاتِقَةِ

فَمِنَ الْحَمَاقَةِ أَنْ تَصِيدَ غَزَالَةً وَتَتْرُكَهَا بَيْنَ الْخَلَائِقِ طَالِقَةً

"Ilmu adalah buruan, sedangkan tulisan adalah pengikatnya

Maka ikatlah buruanmu dengan tali yang kuat"

"Adalah bodoh sekali jika anda berburu seekor kijang

Kemudian anda lepas begitu saja tanpa tali"

PERSEMBAHAN

**UNTUK BAPAK DAN IBU
TERCINTA KU PERSEMBAHKAN
TESSSSSS UNYUNTUK BELAJAR**



ABSTRAK

Rozabiyah, Lailatul. 2019. *Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Pascasarjana Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*, Tesis Program Pascasarjana, Program Magister Manajemen Pendidikan Islam (MPI), Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (I) Dr. H.Wahid Murni, M.Ag (II) , Dr. Hj. Sri Harini, M.Si

Kata kunci: *Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan Kepuasan Mahasiswa*

Informasi merupakan satu kesatuan dalam sebuah lembaga pendidikan dimana antara mahasiswa dan lembaga pendidikan tersebut saling membutuhkan lembaga pendidikan atau kampus dalam memberikan informasi harus benar-benar berkualitas sehingga responden atau yang penerima informasi merasa percaya dan puas dengan informasi yang diberikan oleh kampus. Begitu juga dengan pelayanan bahwasanya mahasiswa akan merasa sangat puas apabila harapan sesuai dengan kenyataan dimana lembaga pendidikan atau kampus yang memiliki pelayanan yang sangat baik dapat memberikan kepuasan pada pelanggan atau mahasiswanya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kepuasan mahasiswa mengenai kualitas informasi yang disajikan kampus dan kualitas layanan yang diberikan oleh lembaga tersebut. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuisisioner dan wawancara, populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa pascasarjana program magister dan program doktor yaitu dengan jumlah sampel 263 mahasiswa. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *proportionate random sampling*. Analisis data menggunakan Partial Least Square (PLS) melalui program smart PLS versi 3.0. Pengukuran yang dilakukan antara lain pengukuran outer model dan Inner model (struktural).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pascasarjana dengan koefisien dan P value sebesar 0,251 (0,000). Dalam hal ini semakin baik kualitas informasi yang disajikan pascasarjana pada mahasiswanya maka mahasiswa itu sendiri akan semakin puas. Mengenai kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa pascasarjana dengan koefisien dan P value sebesar 0,600 (0,000). Yang artinya semakin baik layanan pascasarjana yang diberikan pada mahasiswa maka mahasiswa akan semakin puas dengan pelayanan yang ada. Dapat dijelaskan bahwasanya dalam penelitian ini bahwa mahasiswa merasa puas dengan kualitas informasi yang disajikan pascasarjana pada mahasiswanya dan mahasiswa merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pascasarjana pada mahasiswanya.

ABSTRAK

Rozabiyah, Lailatul. 2019. *Effect of Information Quality and Quality of Postgraduate Services on Satisfaction of Postgraduate Students in Maulana Malik Ibrahim Malang*, Postgraduate Program Thesis, Islamic Education Management (MPI) Program, Maulana Malik Ibrahim Malang Islamic University, Advisor (I) Dr. H.Wahid Murni, M.Ag (II), Dr. Hj. Sri Harini, M.Si

Keywords: *Information Quality, Service Quality and Student Satisfaction*

Information is a unity in an educational institution where between students and educational institutions need each other educational institutions or campuses in providing information that must be truly high quality so that respondents or recipients of information feel confident and satisfied with the information provided by the campus. Likewise with the service that students will feel very satisfied if expectations are in accordance with the reality where educational institutions or campuses that have excellent services can provide satisfaction to their customers or students.

This study aims to explain student satisfaction regarding the quality of information presented by the campus and the quality of services provided by the institution. The approach used in this study is a quantitative approach by collecting data using questionnaires and population interviews from this study are graduate students of master's program and doctoral program, with a sample of 263 students. The sampling technique in this study was proportionate random sampling. Data analysis using Partial Least Square (PLS) through the smart PLS program version 3.0. Measurements made include measurement of the outer model and the inner (structural) model.

The results showed that the quality of information had a significant effect on the satisfaction of postgraduate students with coefficients and P values of 0.251 (0,000). In this case, the better the quality of information presented by postgraduate students, the students themselves will be more satisfied. Regarding service quality has a significant influence on satisfaction of graduate students with coefficients and P values of 0.600 (0,000). Which means that the better the postgraduate services provided to students, the students will be more satisfied with the services available. It can be explained that in this study that students were satisfied with the quality of information presented by postgraduate students and students were satisfied with the services provided by postgraduate students

مستخلص البحث

الرجبية، ليلة، 2019، تحليل جودة المعلومات وجودة الخدمة الدراسات العليا على رضا من طلاب الدراسات العليا في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج ، برنامج رسائل الماجستير، ماجستير في برنامج إدارة التربية الإسلامية (MPI)، وجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأول: الدكتور وحيد مرني، المشرف الثاني: الدكتورة الحاجة سري هاريني، ماجستير.

الكلمات الرئيسية: جودة المعلومات، جودة الخدمة ورضا الطلاب

المعلومات غير وحدة واحدة في مؤسسة تعليمية حيث الطلاب والمؤسسات التعليمية تحتاج كل مؤسسة أو الحرم الجامعي في توفير المعلومات التي يجب أن تكون ذات نوعية جيدة حقا ذلك أن المدعى عليه أو أن المتلقي المعلومات يشعرون بالثقة والرضا مع المعلومات المقدمة من قبل الكلية. بالإضافة إلى الخدمة التي سيشعر الطلاب بالرضا التام إذا كانت التوقعات متوافقة مع الواقع حيث يمكن للمؤسسات التعليمية أو الجامعات التي لديها خدمات ممتازة أن توفر رضا لعملائها أو الطلاب.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح رضا الطلاب عن جودة المعلومات المقدمة من الحرم الجامعي وجودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة. المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو منهج كمي من طريق جمع البيانات باستخدام الاستبيانات والمقابلات، وسكان هذه الدراسة هم طلاب الدراسات العليا في برنامج الماجستير وبرامج الدكتوراه، مع عينة من 263 طالبا. كانت تقنية أخذ العينات في هذه الدراسة تتناسب مع أخذ العينات بشكل عشوائي. تحليل البيانات باستخدام PLS من خلال برنامج الإصدار PLS 3.0 الذكي. وتشمل القياسات التي أجريت قياس النموذج الخارجي والنموذج الداخلي (الهيكلي).

أظهرت النتائج أن جودة المعلومات كان لها تأثير كبير على رضا طلاب الدراسات العليا عن معاملات وقيم 0، 251 (0،000). في هذه الحالة، كلما كانت جودة المعلومات المقدمة من طلاب الدراسات العليا أفضل، سيكون الطلاب أنفسهم أكثر ارتياحا. فيما يتعلق بجودة الخدمة، يوجد تأثير كبير على رضا طلاب الدراسات العليا عن المعاملات وقيم P التي تبلغ 0،600 (0،000). مما يعني أنه كلما كانت خدمات الدراسات العليا المقدمة للطلاب أفضل، سيكون الطلاب أكثر ارتياحا للخدمات المتاحة. يمكن توضيح أنه في هذه الدراسة كان الطلاب راضين عن

جودة المعلومات المقدمة من طلاب الدراسات العليا والطلاب راضون عن الخدمات التي يقدمها
طلاب الدراسات العليا.



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Iklm kompetisi dalam dunia pendidikan tinggi Indonesia saat ini semakin terasa. Di sisi lain perubahan lingkungan yang demikian pesat semakin mendukung kompetisi yang sedang terjadi saat ini, baik kompetisi yang bersifat loal, regional, global. Perguruan Tinggi di Indonesia baik yang berstatus negeri maupun swasta tidak hanya bersaing dengan perguruan tinggi local, tetapi juga berbagai lembaga perguruan tinggi di tingkat nasional bahkan internasional.

Meningkatnya kuantitas perguruan tinggi ini menuntut masing-masing lembaga pendidikan harus memperhatikan mutu pendidikan dan kelembagaan sehingga mampu serta unggul dalam persaingan tersebut. Di sisi lain perguruan tinggi dituntut untuk menggali dan meningkatkan segala aspek pelayanan yang prima akan berimplikasi pada peningkatan citra perguruan tinggi dan sebaliknya pelayanan yang buruk akan menurunkan citra perguruan tinggi itu sendiri.

Begitu juga dengan sebuah sistem informasi yang dihasilkan dari teknologi informasi telah merambah dan berkontribusi positif pada berbagai sektor, mulai dari sektor pemerintahan, sektor perekonomian, sektor industri, dan sektor pendidikan. Perguruan Tinggi sebagai unsur sektor pendidikan menggunakan teknologi informasi untuk merespon perubahan dan sebagai alat bantu efesiensi dan efektivitas pengelolaannya. Alat bantu tersebut menjadi tidak efektif jika

beberapa faktor-faktor penting lainnya terabaikan. Faktor tersebut menurut Curry¹



¹ Curry, J. R. (2000) The Organizational Challenge: IT and Revolution in Higher Education. *Educause Review*, Maret/April, 40-48.

adalah manusia, proses dan organisasi. Mengabaikan faktor yang berperan penting dalam implementasi suatu teknologi informasi mengakibatkan terjadinya “*productivity paradox*”, yaitu investasi besar tidak menghasilkan manfaat yang besar². Optimalisasi pemanfaatan teknologi di Perguruan Tinggi menurut Wahid³ memerlukan perubahan pola pikir dan harus diikuti langkah-langkah perbaikan dan penyesuaian kualitas manusia, proses dan organisasi. Ciri yang unik dari sebuah Perguruan Tinggi yaitu sifatnya yang *quasi commercia*⁴. Pada satu sisi ingin memberikan pelayanan pendidikan kepada masyarakat tetapi dipihak lain, prinsip-prinsip komersial harus dijalankan guna mendukung keberlangsungan hidupnya.

Penggunaan teknologi informasi di lingkungan Perguruan Tinggi menurut Alavi dan Gallupe⁵ memperbaiki 1) *competitive positioning*; 2) meningkatkan *brand image*; 3) meningkatkan kualitas pembelajaran dan pengajaran; 4) meningkatkan kepuasan mahasiswa; 5) meningkatkan pendapatan; 6) memperluas basis mahasiswa; 7) meningkatkan kualitas pelayanan; 8) mengurangi biaya operasi dan 9) mengembangkan produk layanan baru. Hasil survey menunjukkan sistem informasi merupakan komponen utama (*Core Component*) di lingkungan kampus⁶. Jaringan komputer telah menjadi gaya

² Brynjolfsson, E., and Hitt, E.L.M. (1989) Beyond the Productivity Paradox: Computers are the Catalyst for Bigger Changes. *Communication of The ACM*, 42(8), 49-55.

³ Wahid, Fathul (2004). Teknologi Informasi di Perguruan Tinggi Peluang dan Tantangan. *Makalah* yang dipresentasikan pada Seminar Nasional: Aplikasi Teknologi Informasi dan Penyehatan Perguruan Tinggi di Yogyakarta

⁴ Brookes, M. (2003). Higher Education: Marketing in A Quasi-Commercial Service Industry. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(2), 134-142.

⁵ Alavi, M., and Gallupe, R.B. (2003) Using Information Technology in Learning: Case Studies in Business and Management Education Programs. *Academic of Management Learning and Education*, 2(2), 139-153.

⁶ Green, K.C (1998). The Ninth Annual Survey of Desktop Computing and Information Technology in Higher Education, Encino, Ca: *The Campus Computing Project*

hidup mahasiswa⁷. Para mahasiswa menggunakan sistem informasi untuk melakukan berbagai hal dari penelitian, *download* sumber-sumber elektronik mencari berbagai informasi dan berkomunikasi melalui *e mail*⁸.

Secara umum kepuasan pengguna merupakan ukuran kesuksesan sistem informasi. Kepuasan para pengguna mencerminkan seberapa jauh pengguna percaya pada suatu sistem informasi yang disediakan dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka, atau kepuasan pengguna menggambarkan bagaimana pengguna memandang sistem informasi secara nyata Guimaraes, *et al.*⁹. Meskipun kepuasan pengguna sistem informasi tidak bersifat ekonomis dan tidak dapat dihubungkan secara langsung, namun kepuasan para pengguna dapat diukur dan dibandingkan sepanjang waktu.

Penelitian yang dilakukan Molla dan Licker¹⁰ menunjukkan bahwa kualitas sistem *e-commerce* terkomputerisasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini diperkuat oleh revisi penelitian yang dilakukan DeLone dan McLean¹¹ yang juga menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan penggunanya. Jika pemakai sistem informasi percaya bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi yang dihasilkan dari sistem

⁷ Sax, L.J., Astin, A. W., Korn, W. S., & Mahoney, K.M (1998). The American Fresman: National Norm for Fall. *Higher Education Research* Institute, University of California at Los Angeles Graduate School of education and Information Studies.

⁸ Green, K.C (1998). The Ninth Annual Survey of Desktop Computing and Information Technology in Higher Education, Encino, Ca: *The Campus Computing Project*

⁹ Guimaraes, T., D. S. Staples, dan J. D. Keen. (2003) Empirically Testing Some Main User Related Factor for Systems development Quality. *Quality Management Journal*. Vol 10, No. 4, pp. 39 – 54

¹⁰ Molla, A., dan Paul S. Licker (2001). E Commerce Systems Success: An Attempt To Extend And Respecify The DeLone and MacLean Model of IS Success. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 2, No.40

¹¹ DeLone, W. H. dan Ephraim R. McLean (2003) The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten – Year Update. *Journal of Management Information Systems/Spring* vol. 19. No. 4, pp. 9 – 30.

yang digunakan adalah baik, mereka akan merasa puas menggunakan sistem tersebut¹².

DeLone dan McLean¹³ menyatakan bahwa *Reliability, ease of use, flexibility, dan functionality* merupakan ukuran kualitas sistem. Penelitian yang dilakukan Supriatna, dan Jin¹⁴ juga menggunakan variabel *reliability, ease of use, dan flexibility* sebagai variabel yang dianggapnya mempengaruhi kepuasan pengguna. Hal sama juga dilakukan Illias *et al.*,¹⁵ dalam penelitiannya, *system reliability dan ease of use* merupakan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada pusat pertanggungjawaban pada sektor pemerintah di Labuan, Malaysia. Sementara, Olsina *et al.*¹⁶, menganggap bahwa *functionality* sebagai salah satu karakteristik atribut kualitas bagi website akademik.

Menurut Janson dan Subramanian¹⁷ masalah yang biasanya terjadi dalam suatu sistem informasi yang terkomputerisasi adalah tidak kompatibelnya sistem dengan proses bisnis dan informasi yang diperlukan organisasi. Kesulitan teknis yang mengganggu dalam software, masalah *interfacing* dalam sistem, dan

¹² Istianingsih dan Setyo H. Wijanto (2008) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Symposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak: 23 – 25 Juli 2008

¹³ DeLone, W. H. dan Ephraim R. McLean (2003) The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten – Year Update. *Journal of Management Information Systems/Spring* vol. 19. No. 4, pp. 9 – 30.

¹⁴ Supriatna, Dicky dan Tjhai Fung Jin (2006). Analisis Pengaruh Kepuasan Pengguna Public Computer Terhadap Efisiensi dan Efektifitas mahasiswa Trisakti School Of Management. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol 8, No. 2, Agustus. Pp. 111 – 134

¹⁵ Illias, A., Mohammad R. Y., Mohammad Z. A. R., dan Rahida, A. R. (2007) The Study of End – User Computing Satisfaction (EUCS) On Computerised Accounting System (CAS) Among Labuan F. T Government Sectors: A Case Study In the Responsibility Centres. Labuan e – *Journal of Muamalat and Society*. Vol 11, pp. 1 – 14

¹⁶ Olsina, L., D. Godoy., G. J. Lafuente., dan G. Rossi (2008) "*Specifying Quality Characteristics And Attributes For Website*". www.gidis.ing.un/pam.edu-ar/downloads/pdfs/olsina_web-e.pdf

¹⁷ Janson, M. A., dan Subramanian, A. (1996) Packaged software: Selection and Implementation Policies. *INFOR*, 34(2), 133-151

kesulitan dalam hardware dapat membuat pemakai frustrasi dan menurunkan tingkat kepuasan pemakai¹⁸.

Kualitas merupakan inti dari kesinambungan eksistensi hidup suatu institusi. Gerakan revolusi dalam meningkatkan mutu terpadu menjadi kebutuhan sekaligus tuntutan yang tidak dapat diabaikan jika institusi tersebut ingin tetap eksis dan berkembang. Kompetisi yang semakin ketat antar institusi pendidikan (Perguruan Tinggi) semakin menuntut suatu perguruan tinggi untuk selalu memanjakan pelanggannya (mahasiswa) dengan pelayanan yang baik, karena mahasiswa akan mencari perguruan tinggi yang memberikan pelayanan yang terbaik baginya.

Kualitas suatu perguruan tinggi sangat ditentukan oleh mutu pelayanan yang diberikan, dimana pelayanan yang bermutu dapat diidentifikasi melalui kepuasan pelanggan dalam hal ini adalah mahasiswa. Bagi sebuah perguruan tinggi kepuasan layanan lebih diorientasikan kepada mahasiswa karena mahasiswa merupakan pelanggan primer dari perguruan tinggi. Perguruan tinggi sebagai industri jasa harus terus memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan¹⁹.

Prinsip pentingnya kepuasan stakeholder ini juga telah dipelajari oleh para ahli, utamanya dalam organisasi korporasi, dimana untuk mencapai kepuasan stakeholder tersebut, diperlukan sebuah upaya peningkatan kualitas pelayanan

¹⁸ Istianingsih dan Setyo H. Wijanto (2008) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefulness, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak: 23 – 25 Juli 2008

¹⁹ Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 145

yang sesuai dengan keinginan stakeholder. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan stakeholder secara umum, tidak hanya dibidang korporasi seperti *real estate*²⁰ industri suplier konstruksi²¹ perbankan⁽²²⁾⁽²³⁾⁽²⁴⁾ tetapi juga untuk bidang pelayanan publik seperti kesehatan²⁵ organisasi kesehatan dan bahkan telah merambah ke bidang pendidikan⁽²⁶⁾⁽²⁷⁾ utamanya Perguruan Tinggi.

Dalam konteks Perguruan Tinggi, kepuasan stakeholder cenderung mengarah pada kepuasan mahasiswa sebagai stakeholder utama. Literatur menunjukkan bahwa universitas kini menjadi lebih peduli dengan pentingnya kepuasan mahasiswa²⁸. Kepuasan mahasiswa dianggap sebagai alat yang vital dalam menilai kualitas layanan Perguruan Tinggi²⁹. Hal ini merupakan akibat

²⁰ P. A. Dabholkar, and J. W. Overby, "Linking process and outcome to service quality and customer satisfaction evaluations," (*International Journal of Service Industry Management*, 2005), vol. 16 no. 1, pp. 10-27

²¹ Limsiritong & Kattiyapornpong, Assessing Service Quality Dimensions: A Study of the Construction Supplier Industry in Thailand, (*TMC Academic Journal*, 2010),

²² Rahim Mosahab, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation, (*International Business Research*, 2010), Vol. 3, No. 4, pp. 72-80

²³ Jayaraman Munusamy et.al. Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. (*International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2010), Vol. 1, No. 4, pp. 398-404;

²⁴ Lo Liang Kheng, et.al. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. (*International Journal of Marketing Studies*, 2010), Vol. 2, No. 2, pp. 57-66

²⁵ K.S. Choi, H. Lee, C. Kim, and S. Lee, "The service quality dimensions and patient satisfaction relationships in South Korea: Comparisons across gender, age and types of service," (*Journal of Services Marketing*, 2005), vol. 19 no. 3, pp. 140-149

²⁶ Basheer A. Al-Alak and Ahmad Salih Mheidi Alnaser, Assessing the Relationship Between Higher Education Service Quality Dimensions and Student Satisfaction. (*Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 2012), 6(1): 156-164

²⁷ Nguyen Minh Tuan, Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction. (*International Journal of Business and Social Science*, 2012) Vol. 3 No. 19: 132-150

²⁸ Silke Jurkowitsch, Claudio Vignali, Hans-Rüdiger Kaufmann, A Student Satisfaction Model For Austrian Higher Education Providers Considering Aspects Of Marketing Communications, (*Special Edition On Consumer Satisfaction – Global Perspective*, 2006), Pp. 9-23

²⁹ Jalal R. M. Hanaysha, Haim Hilman Abdullah and Ari Warokka, Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness, (*Journal of Southeast Asian*, 2011), Vol. 2011, pp. 1-10, <http://www.ibimapublishing.com/journals/JSAR/jsar.html>

dari Perguruan Tinggi telah menjadi sektor yang kompetitif³⁰, dimana Perguruan Tinggi mengalami hukum permintaan dan penawaran layaknya sebuah organisasi korporasi. Perguruan Tinggi kini harus bersaing dalam mendapatkan siswa. Perguruan Tinggi harus mempersiapkan strategi mereka agar dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berbeda dengan Perguruan Tinggi lainnya. Keunggulan ini dapat dicapai melalui pelayanan yang berkualitas, yang dapat memberikan kepuasan pada stakeholdernya. Kitchroen menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang buruk akan berpengaruh terhadap sektor pendanaan dan kelangsungan hidup universitas melalui penurunan popularitas institusi dan penurunan jumlah dan standar pendaftar, meskipun dampak tersebut terjadi secara tidak langsung dan dalam jangka waktu yang lama³¹. Dengan adanya kompetisi antar Perguruan Tinggi, maka sangat penting bagi PT untuk menilai tingkat kepuasan mahasiswa³².

Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) di Indonesia sebagai salah satu organisasi layanan publik, tentu juga memiliki tantangan yang sama dengan Perguruan Tinggi umum lainnya. PTAIN mengalami kondisi persaingan yang sama, sehingga harus memikirkan strategi peningkatan kualitas pelayanan yang memberi kepuasan kepada mahasiswanya. Saat ini di Indonesia Berdasarkan data statistik Pendidikan Perguruan Tinggi Kemendikbud tahun 2018 menyebutkan Universitas berjumlah 541, Institut 131, Sekolah Tinggi

³⁰ Suh Li Phang, *Factors influencing international students' study destination decision abroad*, Thesis: University of Gothenburg (Gothenburg: Sweden, 2013).

³¹ Krisana Kitchroen, *Literatur Review: Service Quality in Educational Institutions*. (*ABAC Journal*. 2004), Vol. 24, No.2, pp. 14-25

³² Anantha Raj A. Arokiasamy & Abdul Ghani bin Abdullah, *Service Quality And Students' Satisfaction At Higher Learning Institutions: A Case Study Of Malaysian University Competitiveness*, *International Journal of Management and Strategy (IJMS)*, 2012), Vol. No.3, Issue 5, pp. 1-16

2.424, Akademi 1.107 dan Politeknik 242³³, yang memperebutkan calon mahasiswa baru di seluruh Indonesia. Di sisi lain, banyak negara-negara asing yang gencar mempromosikan Pendidikan tingginya di Indonesia. Malaysia, Singapura, Jepang, Australia, Amerika Serikat, Inggris, Selandia Baru, Taiwan, China, maupun negara Eropa ramai-ramai menggelar promosi pendidikan asing di Indonesia. Mereka memperkenalkan berbagai kelebihan dan fasilitas yang didapat mahasiswa jika melanjutkan studi di negara tersebut³⁴. Hal ini menyiratkan adanya persaingan untuk memperebutkan mahasiswa baru. Dalam rangka menarik siswa baru dan mempertahankan mahasiswa yang sudah ada, universitas harus bertujuan untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa dan mengurangi ketidakpuasan mahasiswa.

Hal ini hanya dapat dicapai jika seluruh layanan akademik disampaikan sesuai dengan standar yang sesuai³⁵. Dengan demikian, sangat penting bagi PTAIN dalam mengevaluasi kualitas pelayanan mereka dengan menilai kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan PTAIN tersebut.

Penilaian yang dilakukan melalui feedback dari mahasiswa ini penting untuk dilakukan. Kitchroen³⁶ menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mahasiswa menjadi salah satu faktor kunci sukses sebuah Perguruan Tinggi. Mahasiswa yang merupakan stakeholder utama dari Perguruan Tinggi³⁷,

³³ <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/statistik-5/> diakses pada tgl 4 Mei 2018 pada jam 18.49 Wib

³⁴ <http://mix.co.id/research/format-baru-persaingan-perguruan-tinggi-di-indonesia/>, diakses tanggal 2 Februari 2018

³⁵ Alireza Jalali & Mastura Jaafar, Service satisfaction: The case of a higher learning institution in Malaysia, (*Universal Journal of Education and General Studies*, 2013), Vol. 2(8) pp. 265-275

³⁶ Krisana Kitchroen, 'Literatur Review'. Hlm. 21

³⁷ Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. Development of HiEdQUAL for Measuring Service Quality in Indian Higher Education Sector. (*International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2012), Vol. 3, No. 4, pp. 412-416

bisa menjadi Nbangga kepada universitas³⁸, yang membawa pada loyalitas³⁹, sehinggaN mereka akan menjadi agen yang merekomendasikan Perguruan Tinggi kepada saudara, tetangga dan teman-temannya⁴⁰; membicarakan hal-hal yang positif (*positive word of mouth*) terkait universitas⁴¹ bersedia membayar lebih⁴²; bahkan dapat menjadi sumber daya komunikasi gratis yang efektif dan efisien dalam memasarkan kampus⁴³. Dalam banyak penelitian sudah terbukti bahwa kepuasan mahasiswa berdampak positif terhadap loyalitas mahasiswa⁽⁴⁴⁾⁽⁴⁵⁾, dimana loyalitas mahasiswa telah diterima secara luas sebagai faktor kritis dalam kesuksesan jangka panjang institusi pendidikan melalui word of mouth yang positif, rekomendasi oleh mahasiswa dan kembalinya siswa untuk melanjutkan ke jenjang berikutnya⁴⁶.

Kepuasan menurut Pakar Day⁴⁷ menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual

³⁸ Krisana Kitcharoen, The Importance-Performance Analysis Of Service Quality In Administrative Departments Of Private Universities In Thailand, (*ABAC Journal, September-December, 2004*), Vol. 24. No. 3, Pp. 20-46

³⁹ Lo Liang, Kheng, et.al, 'The Impact', pp. 57-66

⁴⁰ Jacqueline Douglas; Alex Douglas and Barry Barnes. 2006. Measuring student satisfaction at a UK university. (*Quality Assurance in Education, 2006*), Vol. 14 No. 3, pp. 251-267

⁴¹ H.A. Shirsavar, Shahram Gilaninia and Amin Mohammadi Almani, A Study of Factors Influencing Positive Word of Mouth in the Iranian Banking Industry, (*Middle-East Journal of Scientific Research, 2012*), 11 (4): 454-460

⁴² C. Homburg, N. Koschate, and W.D. Hoyer, "Do satisfied customers really pay more? A study of the relationship between customer satisfaction and willingness to pay," (*Journal of Marketing, 2005*), vol. 69 (April), pp. 84-96

⁴³ M.P. Iglesias & M.J.Y. Guillén, Perceived Quality and Price: Their Impact on the Satisfaction of Restaurant Customers, (*International Journal of Contemporary Hospitality Management, 2004*), 16(6), 373-379

⁴⁴ Suniti Phadke, Modeling the Determinants of Student Loyalty in Indian Higher Education Setting, (*International Conference on Management, Behavioral Sciences and Economics Issues, 2011 (ICMBSE'2011)*), 262-264

⁴⁵ Leonnard, et.al., The Loyalty Model Of Private University Student Study Case: STIKOM London School of Public Relation, (*International Journal of Information Technology and Business Management, 2013*), Vol.20 No.1, pp. 70-89

⁴⁶ Suniti Phadke, 'Modeling', pp. 262-264

⁴⁷ Ibid Hlm 146

produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Tingkat kepuasan mahasiswa terhadap jasa pelayanan pendidikan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara harapan dengan kenyataan yang mahasiswa rasakan.

Kepuasan mahasiswa akan tercapai apabila ada kesesuaian antara layanan yang diberikan kepada mahasiswa. Sebagaimana dikemukakan oleh Wadwa dan Radja⁴⁸ bahwa kepuasan mahasiswa akan layanan yang diterimanya dilihat dari kesesuaian antara harapan dan kinerja layanan yang diterimanya. Berangkat dari konsep dasar kepuasan pelanggan, perguruan tinggi pada dasarnya adalah industry jasa yang memberikan layanan atau jasa kependidikan yang tujuannya untuk memberikan kepuasan pada pelanggannya (mahasiswa). Menurut⁴⁹ dewasa ini perguruan tinggi dihadapkan pada tuntutan akan mutu dan akuntabilitas atas jasa pendidikan yang diberikannya, sehingga layanan bermutu harus diberikan untuk memuaskan pelanggannya.

Adanya kualitas layanan yang baik dan profesional di sebuah perguruan tinggi akan menimbulkan kepuasan pelanggan (mahasiswa) dan efeknya akan berpengaruh pada *behavioral intentions* (keinginan berperilaku dari mahasiswa tersebut). *Behavioral intentions* inilah yang akan menjelaskan apakah seseorang mahasiswa akan memberikan rekomendasi positif atau negatif kepada sesama mahasiswa atau calon mahasiswa yang ingin melanjutkan kuliah di Program Studi Pascasarjana UIN Maliki Malang. Jika pelayanan yang diberikan dapat memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa, maka dapat dinilai pelayanan itu memuaskan, dan sebaliknya, jika pelayanan yang diberikan tidak

⁴⁸ Wadwa, Raja. 2006. *School Organization. Journal Of Education*. Vol 72. Hlm 222

⁴⁹ Tilaar (202: 11)

dapat memenuhi keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa, maka dapat disimpulkan pelayanan itu tidak memuaskan.

Pentingnya kualitas pelayanan di sektor pendidikan telah menjadi perhatian sejumlah peneliti, dimana beberapa peneliti lebih konsentrasi dalam mengidentifikasi faktor-faktor determinan kualitas pelayanan dari sisi siswa sebagai stakeholder utama Perguruan Tinggi⁵⁰. Pengidentifikasi tersebut, dimaksudkan agar dimensi kualitas pelayanan Perguruan Tinggi ditentukan secara kontekstual⁵¹, karena Perguruan Tinggi berbeda dengan organisasi jasa lainnya. Tampubolon⁵² mengemukakan bahwa yang dihasilkan oleh Perguruan Tinggi pada dasarnya adalah jasa kependidikan, yang disajikan kepada para pelanggannya, terutama mahasiswanya. Untuk itu, dalam menganalisis kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan, konteks Perguruan Tinggi akan menentukan atribut-atribut yang akan digunakan dalam pengukuran tersebut.

Konsep kualitas pelayanan yang sangat populer adalah konsep SerQual yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml⁵³. Pertama kali konsep dari dimensi kualitas pelayanan diformulasikan menjadi sepuluh dimensi, kemudian disederhanakan menjadi lima dimensi, yaitu : 1) *tangible* (bukti langsung) mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi; 2) *reliability* (reliabilitas), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan; 3)

⁵⁰ Firdaus Abdullah, Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. (*Marketing Intelligence & Planning*, 2006), Vol. 24, No. 1, pp. 31-47; Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. 'Development', pp. 412-416

⁵¹ Krisana Kitchroen. 'Literatur Review', hlm 17

⁵² Daulat P. Tampubolon, *Perguruan Tinggi Bermutu*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 69-73

⁵³ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol.64 No. 1, 12-40. Hlm 16

responsiveness (daya tanggap), yaitu keinginan staf membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap; 4) *assurance* (jaminan), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan; dan 5) *empathy* (empati), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individu para pelanggan.

Dari sini akan diketahui bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan PTAIN sekaligus mencari pelayanan apa yang dirasa penting bagi mahasiswa namun pelayanannya masih belum memenuhi harapan mahasiswa, sehingga nantinya diperoleh sebuah saran yang mencakup pelayanan apa saja yang penting bagi mahasiswa namun belum baik pelaksanaannya dan perlu ditingkatkan; pelayanan mana yang penting dan sudah baik pelaksanaannya dan patut dipertahankan atau bahkan juga akan ditemukan pelayanan apa yang tidak penting bagi mahasiswa yang bisa diabaikan, sehingga akan ditemukan sebuah prioritas peningkatan pelayanan. Untuk maksud tersebut, PTAIN yang di pilih dalam penelitian ini adalah Pascasarjana UIN Maliki Malang. Sebagaimana diketahui, UIN Maliki mendapatkan peringkat PTAIN terbaik dari Webometrics, menjadi PTAIN terbaik yang telah mengembangkan dan mengimplementasikan teknologi informasi dan komunikasi atau ICT (Information and Communication Tecnology) dalam Telkom Smart Campus Award (TeSCA)⁵⁴, telah mendapatkan sertifikat internasional dari ISO series, dan saat ini tengah mencanangkan untuk menjadi World Class University (WCU). Diharapkan hasil penelitian ini akan⁵⁵

⁵⁴ www.webometrics.com. Diakses tanggal 22 Desember 2018

⁵⁵ <http://tescaindonesia.org>; <http://himabioiainwalisongo.blogspot.com/2013/09/iain-walisongo-rangking-4-ptain-terbaik.html>, diakses tanggal 19 Februari 2018

bisa memberikan rekomendasi bagi Pascasarjana UIN Maliki dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanannya menjadi berkelas internasional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa di pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Untuk menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat, baik secara langsung maupun tidak langsung bagi berbagai pihak yang terkait sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan terutama bidang kualitas informasi dan kualitas layanan

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan bermanfaat dan memberikan kontribusi praktis kepada berbagai pihak antara lain:

a. Manfaat bagi Lembaga Pendidikan

Bagi Universitas Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dapat memberikan kualitas yang lebih baik lagi kepada pengguna layanan jasa sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa melalui pelayanan yang sesuai dengan yang dirasakan dan diharapkan Mahasiswa

b. Manfaat Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menambah perbendaharaan dan memperkaya informasi empirik dalam hal kebiasaan kepemimpinan, kompensasi sehingga bermanfaat bagi peningkatan kinerja guru yang dapat dipakai sebagai data banding atau rujukan dengan mengubah atau menambah variabel lain sekaligus dapat menyempurnakan penelitian ini.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan

sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data⁵⁶. Adapun hipotesis penelitiannya yaitu:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

F. Asumsi Penelitian

Asumsi penelitian merupakan anggapan dasar yang dijadikan sebagai kerangka berfikir pada penelitian yang sedang dilakukan. Asumsi yang pada umumnya dipegang atau dipercaya tentang hubungan sebab akibat harus juga diperhitungkan. Untuk mengetahui asumsi penelitian yang dilakukan ini, dapat dijabarkan dengan beberapa kerangka yang akan dikemukakan diantaranya:

1. Kualitas informasi bisa diukur dengan seberapa relevan, akurat dan timeline atau tepat waktu informasi tersebut.

⁵⁶ Sugiyono, 2010. "*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", Bandung: Alfabeta Bandung. Hlm. 96.

2. Kualitas layanan sebuah Lembaga Pendidikan yaitu perguruan tinggi dalam mengetahui seberapa berkualitasnya Lembaga tersebut dapat diukur dengan 5 dimensi diantaranya, *tangible, responsiveness, empathy, reliability dan assurance*.
3. Ketika semua harapan yang didapatkan sesuai dengan kenyataan maka pelanggan dikatakan puas, pelanggan yang dimaksud adalah mahasiswa
4. Semua responden memahami isi angket dan menjawabnya dengan jujur

G. Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara maksimal dan terfokus, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada: (1) lokasi penelitian, (2) variable penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dengan populasi penelitian adalah seluruh Mahasiswa Pascasarjana khususnya semester III dan IV. Penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yakni kualitas Informasi (X1), Kualitas Layanan (X2) dan Kepuasan Mahasiswa (Y).

H. Originalitas Penelitian

Subtansi pada penelitian ini memfokuskan pada Persepsi Mahasiswa Terhadap Kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan Akademik Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Berdasarkan penelusuran terhadap literatur-literatur yang berkaitan dengan objek kajian dalam penelitian ini, maka penulis menemukan beberapa karya ilmiah mahasiswa (Tesis dan Disertasi) maupun buku yang memiliki relevansi dengan penelitian ini.

Pertama, Dodi Febri Aryadi (2013) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Giant Supermarket Dinoyo Malang. Hasil

penelitian menunjukkan adanya pengaruh simultan dari variabel-variabel Bauran promosi dan Atribut Produk yang ditunjukkan pada hasil Sig. F adalah 0,000, sedangkan pengaruh secara parsial ditunjukkan dengan Bukti Fisik (X1) Sig. t = 0,037, variabel Keandalan (X2) Sig. t = 0,039, variabel Tanggapan (X3) Sig. t = 0,018, variabel Jaminan (X4) Sig. t = 0,021, variabel Perhatian (X5) Sig. t = 0,041, Dan juga nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,726 artinya, bahwa kemampuan model regresi dalam memprediksi nilai variabel adalah sebesar 72,6 % sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel bebas yang diteliti. Pada Standardized Coeficient Beta nilai paling tinggi adalah Tanggapan sebesar 0,247, ini menunjukkan variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada penelitian ini⁵⁷.

Kedua, Aditama Kusuma Atmaja meneliti Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tiket Garuda di PT. Falah Fantastic Tour Travel Bogor. Dimana variabel kepuasan pelanggan (Y), bukti fisik (X1), kehandalan (X2), dan daya tanggap(X3), jaminan (X4), empati (X5), Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti yaitu variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa ketiga variabel independen memang layak untuk menguji variabel dependen keputusan pembelian. Angka *Adjusted R Square* sebesar 0,583 menunjukkan bahwa 58,53 persen variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan sisanya sebesar 41,7 persen

⁵⁷ Dodi Febri Aryadi, 2013 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Giant Supermarket Dinoyo Malang Skripsi Universitas Brawijaya Malang.

dijelaskan oleh variabel lain di luar kelima variabel yang digunakan dalam penelitian ini⁵⁸.

Ketiga, Penelitian Bagus Tri Leksono yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang Utama Semarang. Dimana variabel Kepuasan Nasabah (Y), variabel Wujud Fisik (X1), variabel Kehandalan (X2), variabel Daya Tanggap (X3), variabel Jaminan (X4), dan variabel Kepedulian (X5). Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa kelima variabel independen yang diteliti terbukti secara signifikan berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah. Kemudian melalui uji F dapat diketahui bahwa variabel Wujud Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Kepedulian secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Kepuasan Nasabah. Angka *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,779 yang menunjukkan bahwa antara wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati mampu menjelaskan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang sebesar 77,90%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti promosi, suku bunga dan lain-lain⁵⁹.

Keempat, Aprohan saputra judul penelitian Pengaruh dimensi kualitas pelayanan jasa terhadap Kepuasan pelanggan pada lembaga bimbingan Dan konsultasi belajar al qolam Kampus C bandar lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan dimensi kualitas pelayanan jasa: reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles

⁵⁸ Aditama Kusuma Atmaja, 2011. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tiket Garuda di PT. Falah Fantastic Tour Travel" Bogor, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang

⁵⁹ Bagus Tri Leksono, 2009 "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang Utama Semarang"

terhadap kepuasan pelanggan pada Lembaga Bimbingan Konsultasi Belajar Al Qolam Kampus C Bandar Lampung Tahun Ajaran 2015/2016, baik secara langsung maupun secara tidak langsung.

Kelima, jurnal ekonomi bisnis yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Lembaga Pendidikan terhadap Kepuasan Konsumen” Hasil temuan dalam penelitian ini menyimpulkan bahwa secara parsial dan simultan dimensi kualitas layanan jasa (keandalan, bukti langsung, daya tanggap, jaminan dan empati) yang diberikan oleh Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang berpengaruh positif dan signifikan. Penelitian ini juga menghasilkan temuan bahwa Lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di Kota Malang belum sepenuhnya memuaskan konsumen, karena nilai harapan konsumen masih lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja yang ditunjukkan oleh lembaga-lembaga tersebut⁶⁰

Keenam, Penelitian Dian Cempaka Oktavia yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Kasus PO. Bus Safari Dharma Raya Temanggung). Hasil analisis regresi berganda variabel kualitas layanan dan persepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan⁶¹.

⁶⁰ Dian Cempaka Oktavia, 2013 “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Kasus PO. Bus Safari Dharma Raya Temanggung) Skripsi universitas diponegoro Semarang 2013

⁶¹ Suharno Pawirosunarto, 2016. “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem e-Learning”. Jurnal ilmiah manajemen, volume vi, no. 3, okt 2016

Ketuju, Jurnal ilmiah manajemen yang berjudul *Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna sistem e-learning*. Program magister manajemen, pascasarjana, universitas mercu buana Jakarta yang diteliti oleh Suharno Pawirosumarto mendapatkan hasil penelitian Terdapat hubungan yang searah antara kualitas informasi dengan kepuasan pengguna, yaitu semakin tinggi kualitas informasi yang disediakan sistem e-learning semakin baik maka akan menyebabkan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna sistem e-learning

Kedelapan, Jurnal bisnis dan ekonomi yang diteliti oleh Dekeng setyo b, ari rahmawati yang berjudul *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi Fakultas ekonomi universitas PGRI Yogyakarta* mendapatkan hasil penelitian kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna hal ini berarti bahwa kualitas informasi yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan pengguna informasi. Penyebabnya: bahwa pengguna kemungkinan mengalami kesulitan dalam memahami sebuah informasi yang dihasilkan oleh sistem. Hal ini mungkin saja terjadi karena perusahaan atau organisasi menggunakan sistem informasi yang menghasilkan informasi yang kompleks sehingga membutuhkan pemahaman yang rinci⁶².

Kesembilan, Indirwan thesis yang berjudul *Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik pascasarjana Uin Alauddin*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa mempersepsikan pelaksana administratif di Pascasarjana UIN Alauddin Makassar dilihat dari dimensi kualitas pelayanan

⁶² Dekeng Setyo dan Dessy Ari Rahmawati. 2015. *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi*. Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.6, No 1, Juni 2015, 47-59.

akademik reliability dinilai masih jauh dari kualitas karna tidak tepat dan membutuhkan waktu yang lama, *responsiveness* pelayanan terkesan lambat menangani kebutuhan mahasiswa, assurance tidak memberikan jaminan dalam pelayanan sehingga menimbulkan keragu-raguan ketika menggunakan layanan akademik, *emphaty* mahasiswa menilai untuk mendapatkan kenyamanan dan kemudahan dalam pelayanan sangat jauh kata mudah karena pelayanan terkesan rumit dan menyulitkan mahasiswa, *tangibles* fasilitas yang digunakan untuk menunjang perkuliahan sudah memadai meskipun masih ada kekurangan namun hal ini dianggap terpenuhi. Sedangkan kendala yang dialami dalam pelayanan akademik bahwasanya pelayanan yang ada masih lambat dan menyusahkan mahasiswa ketika menggunakan layanan tersebut, di sisih lain pula Sumber Daya Manusia (SDM) masih minim baik dari kompetensi maupun kualifikasi masih kurang dan dukungan fasilitas untuk pegawai perlu ditingkatkan dalam menjalankan tugasnya. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah tersebut. Berbagai upaya dilakukan pimpinan xx Pascasarja UIN Alauddin Makassar yaitu: melakukan perekrutan pegawai, menyediakan fasilitas yang lengkap dan melakukan evaluasi secara berkesinambungan terhadap kinerja pegawai demi meningkatkan kualitas pelayanan akademik⁶³.

Kesepuluh, Penelitian thesis yang diteliti oleh Binti Nasukah Analisis kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan perguruan tinggi agama islam negeri (studi kasus di universitas islam negeri maulana malik ibrahim malang). Penelitian ini dilakukan untuk mengukur dan mengevaluasi kualitas pelayanan pada UIN Maliki Malang sekaligus mengetahui dimensi-dimensi yang

⁶³ Indirwan 2016 “*Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik pascasarjana Uin Alauddin*”. Thesis Pascasarjana UIN Alauddin Makassar

mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah HEdPERF yang telah terbukti lebih sesuai untuk mengukur mutu layanan pendidikan di sebuah PT, dibandingkan pendahulunya SERVPERF. HEdPERF memiliki enam ukuran dimensi mutu, yaitu aspek non akademik (nonacademic aspect), aspek akademik (academic aspect), reputasi (reputation), akses(access), isu-isu program (programme issues) dan pengertian (understanding), dengan 41 item instrumen. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Customer Satisfaction Index (CSI)/ Indeks Kepuasan Mahasiswa (IKM); Importance Performance Analysis (IPA) dan analisis regresi linier berganda. Hasil dari analisis IKM menunjukkan bahwa tingkat kepuasan total mahasiswa UIN Maliki berada pada kategori 'cukup puas' yang berarti bahwa kualitas pelayanan UIN Maliki berada pada kategori 'cukup baik' menurut mahasiswa. Sedangkan hasil dari analisis IPA menunjukkan bahwa terdapat enam item layanan yang masuk dalam kategori prioritas utama yaitu item layanan ke 4 (respon cepat staf dalam menanggapi permintaan mahasiswa); ke 12 (ketepatan waktu jam buka dan tutup pelayanan administrasi); ke 24 (Ketersediaan kelas dengan jumlah siswa yang tidak terlalu banyak); ke 30 (citra kampus yang membuat lulusan mudah mendapatkan pekerjaan); ke 36 (adanya Feedback dari kampus terhadap peningkatan belajar siswa (misal pemberian beasiswa)) dan item layanan ke 41 (Ketersediaan layanan kesehatan bagi mahasiswa). Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dimensi-dimensi kualitas pelayanan HEdPERF secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, sedangkan secara parsial terdapat empat dimensi yang berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa yaitu aspek non akademik

(nonacademic aspect), aspek akademik (academic aspect), reputasi (reputation), dan akses(access)⁶⁴.



⁶⁴ Binti Nasukah, 2004. *“Analisis kepuasan mahasiswa atas Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang).* Thesis Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

**Table 1.1 Perbedaan dan Persamaan Antara Peneliti dengan Peneliti
Sebelumnya**

No	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1	Dodi Febri Aryadi	Menggunakan Servqual	Analisis regresi linier berganda, analisa uji t dan uji F	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian ini fokus pada kualitas informasi dan kualitas layanan di lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi 2. Penelitian ini menggunakan variable kualitas informasi, kualitas layanan, kepercayaan sebagai variable mediasi dan kepuasan mahasiswa 3. Analisis data yang digunakan adalah PLS (Partial Least Square) 4. Lokasi penelitian di pascasarjana UIN MALIKI Malang
2	Aditama Kusuma Atmaja	Menggunakan servqual 5 dimensi yang dikemabangkan oleh parasusaman at all	Uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R ²).	
3	Bagus Tri Leksono	Menggunakan servqual	Uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R ²).	
4	Aprohan saputra	Menggunakan teori Parasuraman	Deskriptif Verifikatif, dengan pendekatan <i>Expost Facto</i> Dan Metode <i>Survey</i>	
5	Aniek Indrawati	Menggunakan teori Parasuraman at, all yaitu dengan menggunakan 5 dimensi dalam mengukur kualitas layanan	Menggunakan analisis regresi berganda	

6	Dian Cempaka Oktavia	Menggunakan teori Parasuraman	Menggunakan analisis regresi berganda dan pelanggan kepuasan sebagai variable mediasi
7	Suharno pawirosumarto	Variable kualitas informasi	Karakteristik yang digunakan untuk menilai kualitas informasi antara lain adalah <i>accuracy</i> , <i>timeliness</i> , <i>relevance</i> , <i>informativeness</i> , dan <i>competitiveness</i>
8	Dekeng setyo b, ari rahmawati	Pengukuran kualitas informasi dengan dimensi akurat, relevan dan timeliness dan Variable kualitas informasi	Variable kualitas system informasi
9	Indirwan	Menggunakan teori Parasuraman	Jenis penelitian kualitatif deskriptif
10	Binti Nasukah	Variable yang sama yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa	Menggunakan dimensi HEDPERF dan menggunakan analisis IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) dan IKM (<i>Indeks Kepuasan Mahasiswa</i>)

I. Definisi Operasional

Defenisi operasional variabel bertujuan untuk menjelaskan makna variable yang sedang diteliti. Di samping itu, defenisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana cara untuk mengukur suatu variabel yang

sedang diteliti. Boleh dikatakan juga defenisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan dalam mengukur suatu variabel.

1. Kualitas Informasi

Kualitas informasi merupakan sebuah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna dan nyata atau berupa nilai yang dapat dipahami dalam keputusan sekarang maupun yang akan datang. Informasi itu sendiri merupakan produk dari komunikasi, tentunya semua orang sebagai penikmat hasil dari komunikasi menghendaki informasi yang berkualitas sehingga akan memperoleh feedback yang positif dari sebuah komunikasi. Ada 3 hal pokok yang dapat mempengaruhi tingkat kualitas informasi yaitu informasi tersebut relevan, akurat dan timeliness/ tepat waktu

2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu program kualitas yang melibatkan setiap staf yang menangani operasi jasa dalam organisasi jasa, dimana ia memberikan jasa secara cepat, tanpa membuat kesalahan apapun, selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah mahasiswa. Dan dalam mengukur kualitas layanan tersebut menggunakan 5 dimensi yang disingkat dengan TERRA yaitu (*reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility*)

3. Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan mahasiswa merupakan proses membandingkan antara pengalaman yang diterima di universitas dengan harapan mereka terhadap universitas dan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa maka

kepuasan mahasiswa harus diukur untuk dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan sebuah Perguruan Tinggi tersebut dengan asumsi jika harapan mahasiswa sesuai dengan kenyataan bisa dikatakan bahwa mahasiswa tersebut puas dengan layanan di universitas tersebut sebaliknya jika harapan tidak sesuai dengan kenyataan maka mahasiswa tidak merasa puas dengan layanan di kampus tersebut.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perguruan Tinggi

1. Pengertian Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi menurut Nano Supriono adalah satuan pendidikan yang padanya diselenggarakan jenjang pendidikan tinggi di mana peserta didiknya disebut mahasiswa, sedangkan tenaga pendidiknya disebut dosen. Disebutkan pula perguruan tinggi terdiri dari dua jenis, yaitu perguruan tinggi negeri dan perguruan tinggi swasta. Yang mana perbedaannya adalah terletak pada yang berwenang dalam pengelolaan dan peregulasian yang dilakukan⁶⁵. Dengan demikian maka perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan tinggi, yaitu setingkat di atas jenjang pendidikan dasar dan pendidikan menengah. Penjelasan tersebut searah dengan keterangan dalam Undang-undang RI No. 12 tahun 2012 tentang ketentuan umum perguruan tinggi bab I bagian ketiga tentang pendidikan tinggi pada pasal 1 nomor 7 dan 8 dijelaskan “Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi.” Pada nomor 7 diterangkan perguruan tinggi yang selanjutnya disingkat PTN adalah perguruan tinggi yang didirikan dan / diselenggarakan oleh pemerintah dan perguruan tinggi swasta yang selanjutnya disingkat PTS adalah Perguruan Tinggi yang didirikan dan/atau diselenggarakan oleh masyarakat⁶⁶”.

⁶⁵ Supriono, Nano. “Arti Perguruan Tinggi,” (<http://www.id.shvoong.com/social-sciences/education/2124265-arti-perguruan-tinggi/>, diakses 01 Februari 2018).

⁶⁶ Undang-undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012, Pasal 1 no 7 dan 8

Perguruan Tinggi adalah satuan pendidikan yang menyelenggarakan Pendidikan Tinggi, dimana pendidikan tinggi adalah pendidikan pada jalur Pendidikan sekolah pada jenjang yang lebih tinggi daripada pendidikan menengah dijalur pendidikan sekolah⁶⁷.

Sesuai dengan pengertian jasa yang merupakan sebuah kegiatan ekonomi yang outputnya bukan berupa produk yang tampak secara fisik, dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi, dan memberikan nilai tambah⁶⁸, maka Perguruan Tinggi pada dasarnya adalah industri jasa, dimana yang dihasilkan Perguruan Tinggi adalah jasa kependidikan yang disajikan kepada pelanggannya terutama pada para mahasiswa⁶⁹. Disebut industri karena Perguruan Tinggi memiliki sebuah sistem yang memproses input (SDM, mahasiswa, sarana prasarana dan keuangan dan sebagainya) menjadi output yang berupa penambahan kompetensi mahasiswa.

Melihat Perguruan Tinggi sebagai industri jasa bermakna bahwa Perguruan Tinggi layaknya sebuah korporasi. Perguruan Tinggi dalam kacamata korporasi berarti Perguruan Tinggi adalah suatu organisasi yang menghasilkan jasa pendidikan yang dibeli oleh para *stakeholdernya*⁷⁰. Seperti layaknya organisasi korporasi lainnya, Perguruan Tinggi memproduksi dan memasarkan produknya (jasa pendidikan) agar dipilih oleh masyarakat. Memandang PT sebagai sebuah korporasi, tidak lepas dari adanya konsep persaingan dalam bidang pendidikan.

⁶⁷ PP RI No.10 Th. 1999, Tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 1, ayat 1 dan 2

⁶⁸ Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. (United States of America: Irwin McGraw-Hill, 2000), Hlm. 3

⁶⁹ Daulat P. Tampubolon, 2001, "*Perguruan Tinggi Bermutu*" Jakarta; Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 69-71

⁷⁰ Buchari Alma, 2009 "*Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus Pada Mutu*" dalam Buchari Alma dan Ratih Hurriyati (ed.), "*Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*", (Bandung: Alfabeta) Hlm. 13

Evans⁷¹ menyatakan bahwa pendidikan juga merupakan sebuah pasar di mana didalamnya juga terdapat hukum permintaan dan penawaran. Dalam pasar pendidikan, dimana Perguruan Tinggi merupakan satu bagian yang didalamnya terdapat banyak penjual dan pembeli. Pembeli saat ini bisa memilih Perguruan Tinggi yang mereka suka. Meskipun dalam prakteknya pendidikan bukan merupakan sebuah pasar persaingan sebagaimana yang terjadi dalam dunia korporasi, namun ada satu hal yang menjadikannya mirip dengan sebuah pasar korporasi adalah bahwa pembeli (stakeholder pendidikan) berhak memilih Perguruan Tinggi yang mereka inginkan dan juga penjual (dalam hal ini Perguruan Tinggi) tidak memiliki kontrol sepenuhnya terhadap pasar.

Meski merupakan lembaga nonprofit yang tujuannya berbeda dengan organisasi korporasi yang sifatnya mencari laba, namun tetap saja Perguruan Tinggi butuh untuk dikelola dengan tata kelola yang baik. Kompetisi telah menjadikan Perguruan Tinggi menjadi institusi yang harus memiliki good governance, agar dapat menghasilkan produk bermutu, sehingga dapat di pilih masyarakat. Untuk itu, kegiatan melayani stakeholder dengan baik menjadi bagian yang harus diperhatikan Perguruan Tinggi. Sebagaimana Buchari Alma⁷² mengatakan bahwa lembaga pendidikan pada hakekatnya memberikan layanan, dan pihak yang dilayani ingin memperoleh kepuasan dari layanan yang diberikan lembaga pendidikan tersebut. Perguruan Tinggi memiliki produk-produk berupa jasa pendidikan yang dijual kepada masyarakat sebagai pembeli layanan Perguruan Tinggi.

⁷¹ Ian G. Evans, *Marketing for School*, (New York: Cassel, 1995) Hlm. 12

⁷² Buchari Alma, 2005, "*Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*", (Bandung: Alfabeta), Hlm. 46

Meski memiliki karakter layaknya sebuah korporasi jasa, Perguruan Tinggi memiliki unsur-unsur yang berbeda. Unsur-unsur tersebut adalah⁷³: (a) Dewan penyantun; (b) Unsur pimpinan; (c) Unsur tenaga pengajar para dosen; (d) Senat Perguruan Tinggi; (e) Unsur pelaksana akademik (bidang pendidikan, bidang penelitian, bidang pengabdian kepada masyarakat); (f) Unsur pelaksana administratif; (g) Unsur penunjang untuk pelaksana yang meliputi: perpustakaan, laboratoriu, bengkel, kebun percobaan, pusat komputer, dan bentuk lain yang dianggap perlu untuk mendukung penyelenggaraan pendidikan akademik dan /atau profesional pada Perguruan Tinggi yang bersangkutan.

Dari unsur-unsur di atas, bagian dari universitas yang menyelenggarakan pendidikan tinggi disebut dengan fakultas⁷⁴, yaitu unsur pelaksana sebagian tugas pokok dan fungsi universitas atau institut yang berada dibawah rektor. Organisasi fakultas terdiri dari: (a) Unsur pimpinan: dekan dan pembantu dekan; (b) Unsur fakultas, (c) Unsur pelaksana akademik: jurusan, laboratorium dan kelompok dosen, (d) Unsur pelaksana administrasi: bagian tata usaha.

Sebagai unsur penyelenggara pendidikan, fakultas menjadi unsur yang sangat penting bagi mahasiswa yang merasakan secara langsung pelayanan fakultas. Dalam upaya menghadapi persaingan, Perguruan Tinggi butuh memproduksi layanan-layanan yang berkualitas utamanya di fakultas yang ada, agar memberikan kepuasan kepada stakeholder utama Perguruan Tinggi

⁷³ PP RI No.10 Th. 1999, *Tentang Pendidikan Tinggi*, Pasal 27

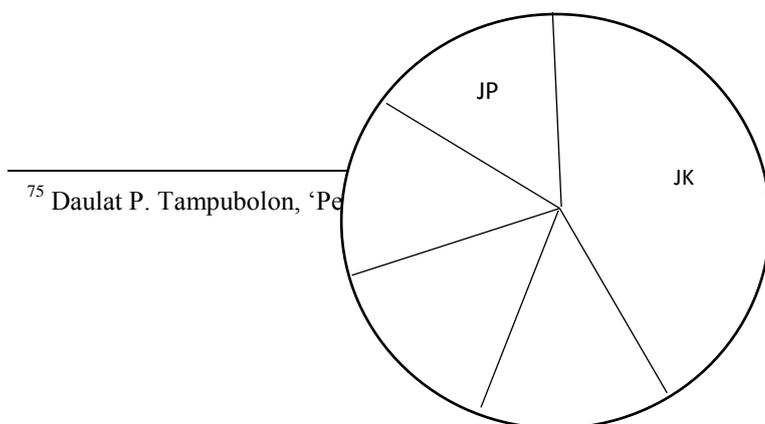
⁷⁴ Abdul Rajak Husain, 1995, "*Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional*" (Solo: Penerbit CV. ANEKA), Hlm. 88

yaitu mahasiswa, sehingga memberikan reputasi yang baik bagi Perguruan Tinggi, dan menjadikan Perguruan Tinggi di pilih kembali oleh masyarakat.

2. Produk Perguruan Tinggi

Produk adalah merupakan hasil dari proses produksi. Produk bisa berupa barang atau jasa. Sebagai sebuah korporasi jasa, Perguruan Tinggi memiliki produk berupa jasa yang dihasilkan dan dipasarkan kepada masyarakat. menurut Tampubolon⁷⁵, jasa tersebut adalah jasa kependidikan tinggi yang terdiri dari jasa kurikuler, jasa penelitian, jasa pengabdian pada masyarakat, jasa administrasi dan jasa ekstrakurikuler. Sedangkan lulusan Perguruan Tinggi adalah produk parsial.

Jasa kurikuler (JK) meliputi antara lain: kurikulum, silabus umum, rancangan mutu perkuliahan, satuan materi sajian, penyajian materi, evaluasi, praktikum dan pembimbingan. Jasa penelitian (JP), meliputi: pembimbingan tentang penelitian, perencanaan, pelaksanaan, penyedia berbagai fasilitas. Jasa pengabdian kepada masyarakat (JPM) meliputi kegiatan-kegiatan untuk membantu (melayani) masyarakat umum. Jasa Administrasi meliputi administrasi akademik dan umum. Jasa ekstrakurikuler meliputi segala kegiatan pelayanan yang mendukung secara langsung maupun tidak langsung JK, JP, JPM seperti pengembangan minat mahasiswa, pembinaan kesejahteraan mahasiswa, pembimbingan dengan dunia kerja. Secara singkat jasa kependidikan Perguruan Tinggi digambarkan pada gambar 1.



JPM

JA

JPA

Gambar 2.1: Jasa Kependidikan Perguruan Tinggi⁷⁶

Secara singkat, Bowen⁷⁷ juga menunjukkan bahwa produk dari Perguruan Tinggi adalah pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang dikenal dengan istilah tri dharma pendidikan, di mana produk utamanya adalah belajar mengajar, selain juga terdapat produk sampingan bagi mahasiswa seperti adanya kematangan pribadi, kesempatan lapangan kerja dan karir, serta adanya kepuasan dan kenyamanan dan kebanggaan mahasiswa sebagai bagian dari Perguruan Tinggi tersebut.

Selanjutnya, Tampubolon⁷⁸ juga menyebutkan bahwa lulusan, pada dasarnya hanyalah produk parsial Perguruan Tinggi, karena sesungguhnya mahasiswa lulus tidak saja karena jasa-jasa Perguruan Tinggi, tetapi juga karena ada potensi dan usaha mahasiswa sendiri, selain juga karena pengaruh lingkungan keluarga. Melalui penyajian kelima jasa tersebut, mahasiswa diproses menjadi manusia yang berketrampilan akademik dan profesional, dimana pada jenjang S0 dan S1 JK merupakan bagian terbesar, sedang pada program pasca sarjana JP yang terbesar.

Dari berbagai jenis produk layanan yang disebutkan Tampubolon, maupun Bowen, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merupakan stakeholder

⁷⁶ Tampubolon. 2001 Hlm 73

⁷⁷ Howard Bowen (1971:42-43) dikutip oleh Buchari Alma, Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus Pada Mutu, dalam Buchari Alma dan Ratih Hurriyati (ed.), Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 37-38

⁷⁸ Daulat P. Tampubolon, 'Perguruan Tinggi' ..., hlm. 72

utama yang akan merasakan seluruh layanan-layanan tersebut. Berdasarkan hak-hak mahasiswa atas kualitas pelayanan sebuah Perguruan Tinggi, Mahmud⁷⁹ menyebutkan terdapat enam layanan yang terkait dengan mahasiswa antara lain:

- 1) Layanan informasi, meliputi seluruh informasi yang dibutuhkan mahasiswa, baik secara lisan maupun tertulis. Informasi ini dapat diperoleh mahasiswa melalui surat edaran, website, tatap muka secara langsung dengan tenaga kependidikan mengenai penyelesaian masalah-masalah yang terjadi dan dialami siswa
- 2) Layanan sarana prasarana, meliputi penyediaan fasilitas fisik Perguruan Tinggi seperti penyediaan gedung perkuliahan, ketersediaan parkir yang representatif, taman yang menyejukkan, laboratorium, perpustakaan, sarana olahraga, masjid, asrama mahasiswa dsb.
- 3) Layanan administrasi akademik, meliputi layanan berkaitan dengan kegiatan registrasi seperti pembayaran SPP, penerimaan KRS dan KPRS, pengajuan cuti, pembuatan surat keterangan dsb.
- 4) Layanan bimbingan, merupakan layanan pembimbingan yang dibutuhkan mahasiswa sejak mereka menjadi mahasiswa Perguruan Tinggi. Dimulai dari bimbingan orientasi siswa, bimbingan konseling, bimbingan saat kegiatan belajar mengajar, bimbingan penulisan karya ilmiah dan sebagainya.
- 5) Layanan pengembangan potensi bakat dan minat, yaitu melalui

⁷⁹ 12 Marzuki Mahmud, Manajemen Mutu Perguruan Tinggi, (Jakarta: Rajawali Press, 2012), Hlm. 65

penyediaan organisasi kemahasiswaan yang dapat menyalurkan bakat dan minat mahasiswa.

- 6) Layanan kesejahteraan mahasiswa, meliputi pemberian beasiswa kepada mahasiswa yang berprestasi, khususnya dari kalangan tidak mampu.

Sebagai korporasi jasa, layanan-layanan di atas dilakukan Perguruan Tinggi dalam rangka mencapai tujuan, yaitu mentransformasi input menjadi output yaitu menjadikan mahasiswa menjadi output berupa lulusan yang berketrampilan akademik dan profesional. Untuk bisa menjadi korporasi yang memenangkan persaingan, Perguruan Tinggi harus dapat memberikan pelayanan berkualitas, agar memiliki reputasi yang baik di mata masyarakat dan selanjutnya dapat menjadi pilihan masyarakat. Banyak sedikitnya mahasiswa akan menentukan kelangsungan hidup Perguruan Tinggi di masa yang akan datang.

3. PTAIN

PTAIN sebagai lembaga pendidikan berbasis Agama Islam, pada dasarnya tidak berbeda dengan Perguruan Tinggi pada umumnya. Suprayogo menyatakan bahwa perbedaan antara Perguruan Tinggi dengan universitas Islam terletak pada sumber yang digunakan dalam mengembangkan keilmuannya⁸⁰. Selain menggunakan sumber-sumber pada hasil riset, observasi, dan eksperimentasi, universitas Islam juga menggunakan sumber lain yaitu al-Qur'an dan Hadits.

⁸⁰ Imam Suprayogo, Universitas Islam Unggul, (Malang: UIN Maliki Press, 2009), hlm. 45

Secara substansi PTAIN memang berbeda dengan Perguruan Tinggi karena Terdapat tambahan kata “Islam” dalam singkatan tersebut. Peletakan kata Agama Islam dimaksudkan bahwa didalamnya akan tercermin sekaligus di ajarkan nilai-nilai keIslaman. Cerminan ini akan bersumber dari sumber utama ajaran Islam yaitu al-Qur’an dan Hadits. Konsep-konsep yang diajarkan dalam al-Qur’an dan hadist seharusnya tercermin dalam kehidupan setiap umatnya termasuk juga dalam melaksanakan kegiatan pendidikan sebagaimana di Perguruan Tinggi. Meski demikian, PTAIN tetap merupakan sebuah organisasi atau korporasi jasa yang menghasilkan dan menawarkan jasa pendidikan kepada masyarakat.

PTAIN juga merupakan Perguruan Tinggi yang saat ini harus menghadapi adanya persaingan di tingkat nasional maupun internasional. Saat ini di Indonesia terdapat kurang lebih Universitas berjumlah 541, Institut 131, Sekolah Tinggi 2.424, Akademi 1.107 dan Politeknik 242⁸¹ yang memperebutkan calon mahasiswa baru di seluruh Indonesia. Apalagi saat ini banyak negara- negara asing yang gencar mempromosikan pendidikan tingginya di Indonesia. Malaysia, Singapura, Jepang, Australia, Amerika Serikat, Inggris, Selandia Baru, Taiwan, China, maupun negara Eropa ramai-ramai menggelar promosi pendidikan asing di Indonesia. Mereka memperkenalkan berbagai kelebihan dan fasilitas yang didapat mahasiswa jika melanjutkan studi di negara tersebut.

Dalam upaya memenangkan persaingan tersebut, PTAIN juga harus meningkatkan kualitas pelayanannya. Dengan masih banyaknya program

⁸¹ <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/statistik-5/> diakses pada tgl 4 Mei 2018 pada jam 18.49 Wib

studi yang belum terakreditasi tersebut tentunya para pelaku pendidikan Islam baik pada Direktorat Pendidikan Tinggi Islam Kementerian Agama dan PT harus bekerja lebih keras lagi dalam pembinaan dan peningkatan pada semua sisi baik dari segi kualitas / mutu pendidikan; peningkatan manajemen, pelayanan dan pengabdian masyarakat serta perbaikan fasilitas sarana dan prasarana pendidikan⁸². Dalam sebuah ayat, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S. Al-Baqoroh: 267)⁸³

Ayat ini bermakna bahwa kewajiban setiap muslim untuk memberikan yang terbaik kepada orang lain. Memberikan kualitas terbaik dari apa yang dimiliki merupakan salah satu poin dari iman. Dengan demikian konsep memberikan pelayanan yang terbaik merupakan konsep Islam yang akan membawa kebaikan bagi umat Islam sendiri. Begitu juga bagi PTAIN, memberikan pelayanan yang terbaik kepada para stakeholdernya akan membawa kebaikan bagi PTAIN sendiri. Keinginan untuk meningkatkan kualitas pelayanan telah menuntut PTAIN untuk menderivasi konsep-konsep peningkatan mutu korporasi, untuk diterapkan di PTAIN. Beberapa PTAIN telah mendapatkan sertifikat internasional berupa ISO Series termasuk UIN

⁸² Pendis.kemenag.go.id/file/dokumen/ptaianalisis.pdf, hlm 128-129

⁸³ Q.S. Al-Baqoroh: 267, dalam Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Depag, 1980)

Maliki Malang. Hal ini menunjukkan adanya kemauan dari PTAIN untuk bersaing dan meningkatkan kualitas pelayanannya. Dalam pelayanannya, UIN Malang menetapkan sembilan pilar rukun Perguruan Tinggi (arkanul jami'ah), yaitu: tenaga dosen; masjid; ma'had; perpustakaan; laboratorium; tempat-tempat pertemuan ilmiah; tempat pelayanan administrasi kampus; pusat pengembangan seni dan olah raga serta sumber pendanaan yang luas dan kuat. Rukun ini menunjukkan adanya keinginan kuat untuk membentuk suatu Perguruan Tinggi Islam yang berkualitas secara akademis maupun spiritual.

B. KUALITAS INFORMASI PERGURUAN TINGGI

1. Pengertian Informasi

Informasi adalah sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi bentuk data, sehingga dapat menjadi lebih berguna dan dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkan data-data tersebut sebagai pengetahuan ataupun dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Kualitas informasi adalah tingkat relevan (*relevant*), ketepatan waktu (*timely*), aman dan disajikan dengan rancangan informasi yang baik. Informasi yang berkualitas ditentukan oleh kemampuannya yang akurat, tepat waktu dan relevan⁸⁴

Ada beberapa pengertian informasi diantaranya Menurut H.M. Yogiarto pengertian informasi sebagai berikut: Hasil dari pengelolaan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya

⁸⁴ Herwiyanti, Eliada. 2008. *Pengaruh Extrinsic Motivation, Absorptive Capacity, Dan Channel Richness Terhadap Sikap Individu Atas Perilaku Sharing Knowledge*”.

yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian (*event*) yang nyata (*fact*) yang digunakan untuk pengambilan keputusan⁸⁵.

Menurut Gordon B. Davis memberikan pengertian informasi sebagai berikut: Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna dan nyata atau berupa nilai yang dapat dipahami dalam keputusan sekarang maupun yang akan datang⁸⁶.

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan. Sumber dari informasi adalah data. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Kejadian-kejadian adalah sesuatu yang terjadi pada saat tertentu. Di dalam dunia bisnis, kejadian-kejadian yang sering terjadi adalah transaksi perubahan dari suatu nilai yang disebut transaksi. Kesatuan nyata adalah berupa suatu obyek nyata seperti tempat, benda dan orang yang betul-betul ada dan terjadi. Data merupakan bentuk yang masih mentah, belum dapat bercerita banyak sehingga perlu diolah lebih lanjut. Data diolah melalui suatu metode untuk menghasilkan informasi. Data dapat berbentuk simbol-simbol semacam huruf, angka, bentuk suara, sinyal, gambar, dan sebagainya.

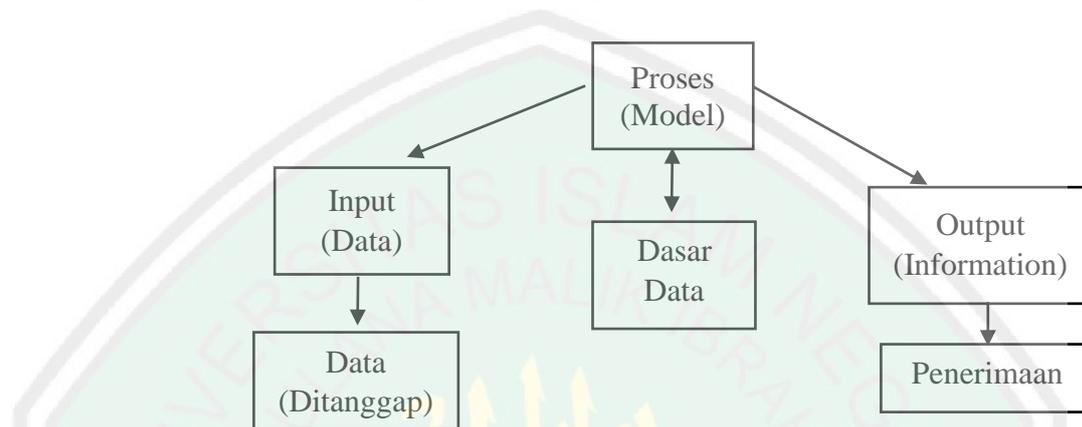
Data yang diolah melalui suatu model menjadi informasi, penerima kemudian menerima informasi tersebut, membuat suatu keputusan dan melakukan tindakan, yang berarti menghasilkan suatu tindakan yang lain

⁸⁵ Jogiyanto HM, 1999. *Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 89

⁸⁶ Gordon B. Davis, 1991. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1*. Jakarta: PT Pustaka Binamas Pressindo. Hlm 28

yang akan membuat sejumlah data kembali. Data tersebut akan ditangkap sebagai input, diproses kembali lewat suatu model dan seterusnya membentuk suatu siklus. Siklus informasi ini dapat digambarkan sebagai berikut⁸⁷.

Gambar 2.2: Siklus Informasi



2. Kualitas Informasi

Menurut Sedarmayanti dalam bukunya *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*, bahwa "Kualitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh telah dipenuhi berbagai persyaratan, spesifikasi, dan harapan"⁸⁸. Sedangkan Informasi menurut Cangara dalam bukunya *Pengantar Ilmu Komunikasi* adalah "kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau Internasional"⁸⁹. Dari kedua definisi diatas peneliti menarik kesimpulan bahwa kualitas informasi adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh telah dipenuhi berbagai persyaratan, spesifikasi, dan harapan dari sebuah

⁸⁷ Tata Sutabri. 2005. *Analisis Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta. Hlm 21

⁸⁸ Sedarmayanti, 2001, *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*; Bandung: CV. Mandar Maju. Hlm 52

⁸⁹ . Cangara, H, Hafied., 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Raja Grafindo. Persada. Hlm 57

kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan, opini dan komentar, sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional atau Internasional

Kualitas informasi menentukan apakah suatu informasi berguna atau tidak. Informasi dapat berguna jika kualitasnya baik baik buruknya kualitas informasi dipengaruhi oleh tiga penentu, yaitu:

- a. Isi informasi
- b. Waktu penyajian
- c. Bentuk penyajian

Ketiga penentu tersebut dapat dikendalikan oleh manajemen sehingga manajemen harus menjaga agar penentu (variabel) tersebut dapat meningkatkan kualitas informasi.

a. Isi Informasi

Isi informasi adalah berbagai hal yang menjadi pokok laporan. Syarat-syarat isi informasi yang baik antara lain:

1. Akurasi atau ketepatan (*accuracy*), yaitu ketepatan informasi dengan objek yang diwakilinya.
2. Relevansi (*relevance*), yaitu kesesuaian antara informasi dengan masalah yang akan dipecahkan berdasarkan informasi tersebut.
3. Kelengkapan (*completeness*), yaitu cukup tidaknya informasi jika digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk membuat keputusan.
4. Ringkas (*conciseness*). yaitu jumlah informasi yang harus ditampilkan tanpa berlebihan.

5. Lingkup atau cakupan (*scope*), artinya informasi yang disampaikan harus dapat meliputi semua objek yang harus disampaikan.
6. Kinerja informasi (*performance*), artinya seberapa sering informasi dapat berguna bagi pembuat keputusan.

b. Waktu Penyajian

Dalam penyajian informasi, harus memperhatikan waktu penyajiannya. Informasi yang terlambat disajikan tidak ada gunanya lagi. Waktu penyajian informasi yang baik harus memenuhi beberapa syarat, antara lain:

1. Ketepatan waktu (*timeliness*), yaitu informasi disampaikan saat informasi tersebut diperlukan dalam pengambilan keputusan. Biasanya saat paling baik adalah saat akan dilakukan analisis.
2. Keterkinian (*currency*) informasi, artinya informasi harus benar-benar mencerminkan keadaan paling baru. Misalnya laporan penjualan minggu ini, meliputi Senin hingga Minggu, untuk dirapatkan pada Senin berikutnya. Informasi harus menunjukkan penjualan hingga menit-menit terakhir toko tutup pada hari minggu, bukan informasi hingga minggu pagi ketika toko baru buka.
3. Frekuensi (*frequency*) penyampaian informasi harus sesuai dengan frekuensi pengambilan keputusan oleh manajemen. Bila informasi terlalu sering disampaikan, juga belum tentu baik bagi manajemen, karena hanya akan menyebabkan biasnya informasi. Apabila manajemen membuat keputusan seminggu sekali, maka informasi juga perlu disediakan seminggu sekali sebelum pembuatan keputusan dilakukan.

4. Cakupan waktu (time period) harus sesuai dengan informasi yang diperlukan. Untuk pembuatan keputusan strategis, informasi yang diperlukan adalah informasi jangka panjang. Sebaliknya, untuk keputusan sederhana (yang bersifat operasional, misalnya memindahkan lokasi barang dagangan), tidak diperlukan informasi yang mencakup rentang waktu lama.

c. Bentuk Informasi

Karakteristik informasi antara satu dengan yang lain berbeda-beda sehingga bentuk penyajiannya juga berbeda. Sebagai contoh, informasi yang berkaitan dengan rentang waktu akan lebih mudah dipahami jika disajikan dengan grafik yang berbentuk kurva. Informasi hasil polling/voting mengenai suatu hal akan lebih mudah dipahami dan lebih menarik jika disajikan dalam bentuk diagram lingkaran atau batang. Pemilihan bentuk penyajian informasi akan sangat mempengaruhi keberhasilan pembaca informasi dalam memahami informasi tersebut. Syarat-syarat bentuk penyajian informasi yang baik antara lain:

1. Kejelasan (*clarity*), adalah seberapa jelas dan seberapa tajam informasi dapat dipahami pembaca. Misalnya biaya gaji saja, mungkin belum jelas bagi manajemen, melainkan harus dipisahkan biaya gaji pokok, biaya gaji variabel, dan biaya lembur.
2. Rincian (*detail*) laporan, artinya laporan harus dapat ditampilkan atau dapat disediakan bila diperlukan oleh pembacanya. Biasanya manajemen hanya memerlukan informasi secara garis besar saja, misalnya total penjualan.

3. Urutan (*order*) penyajian informasi, artinya penyajian informasi harus memperhatikan urutan dari informasi yang disajikan sehingga dapat mempermudah pembaca informasi. Urutan bisa ditentukan dari urutan nama (abjad) atau urutan angka, atau urutan tanggal. Sebagai contoh untuk mencari informasi dari seorang mahasiswa lebih mudah dilakukan jika data tersebut diurutkan berdasarkan nomor induk atau nama mahasiswa.
4. Cara penyajian (*presentation*), artinya penyajian informasi harus melihat kecocokan informasi dengan cara penyajiannya. Cara penyajian informasi ada berbagai cara antara lain dengan grafik, warna, kata-kata, perbandingan, garis runtutan, dan sebagainya.
5. Sarana (*media*) pelaporan yang tepat Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Data adalah kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan yang nyata. Atau data adalah representasi dunia nyata yang mewakili suatu objek seperti manusia (pegawai, mahasiswa, pelanggan), hewan, peristiwa, konsep, keadaan, dll, yang direkam dalam bentuk angka, huruf, symbol, teks, gambar, bunyi atau kombinasinya⁹⁰.

3. Fungsi Informasi

Dalam Sutanta disebutkan beberapa fungsi informasi yaitu antara lain:

1. Menambah pengetahuan

⁹⁰ Sedarmayanti, 2001, Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja; Bandung: CV. Mandar Maju. Hlm 57-60

Dengan adanya informasi akan menambah pengetahuan bagi penerimanya sehingga dapat menggunakannya untuk bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

2. Mengurangi ketidakpastian

Dengan informasi akan dapat diperkirakan apa yang akan terjadi sehingga mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan.

3. Mengurangi resiko kegagalan

Dengan adanya informasi perkiraan tentang apa yang akan terjadi akan membantu dalam langkah-langkah antisipasi sehingga resiko kegagalan akan dapat dikurangi dengan pengambilan keputusan yang tepat.

4. Mengurangi keanekaragaman/variasi yang tidak diperlukan

Dengan adanya informasi akan menyebabkan keanekaragaman pendapat akan berkurang sehingga proses pengambilan keputusan lebih terarah

5. Memberi standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran, dan keputusan-keputusan yang menentukan pencapaian sasaran dan tujuan.

Dengan adanya informasi yang diperlukan akan memberikan standar, aturan, ukuran, dan keputusan yang lebih terarah untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan secara lebih baik berdasar informasi yang diperoleh⁹¹.

4. Dimensi Kualitas Informasi

Informasi merupakan produk dari komunikasi, tentunya semua orang sebagai penikmat hasil dari komunikasi menghendaki informasi yang berkualitas sehingga akan memperoleh feedback yang positif dari sebuah

⁹¹ *Sutanta.2004. Sistem Basis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu.Hlm 5*

komunikasi menurut yogianto, ada 3 hal pokok yang dapat mempengaruhi tingkat kualitas informasi:

a. Relevansi (*Relevancy*)

Informasi dikatakan berkualitas jika relevan bagi pemakainya. Pengukuran nilai relevansi, akan terlihat dari jawaban atas pertanyaan “*how is the message used for problem solving (decision making)*”. Informasi akan relevan jika memberikan manfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan lainnya berbeda beda. Misalnya: informasi tentang hasil penjualan barang mingguan kurang relevan jika ditujukan pada manajer tehnik, tetapi akan sangat relevan jika disampaikan pada manajer pemasaran.

b. Akurat (*Accuracy*)

Sebuah informasi dapat dikatakan akurat jika informasi tersebut tidak bisa atau menyesatkan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya. Ketidakakuratan sebuah informasi dapat terjadi karena sumber informasi atau Data mengalami gangguan atau kesengajaan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut. Beberapa hal yang dapat berpengaruh terhadap keakuratan sebuah informasi antara lain adalah:

1) Kelengkapan (*completeness*) informasi

Informasi yang komplit atau lengkap, berarti informasi yang dihasilkan atau dibutuhkan harus memiliki kelengkapan yang baik, karena bila informasi yang dihasilkan sebagian-sebagian tentunya akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan atau menentukan tindakan secara keseluruhan, sehingga akan

berpengaruh terhadap kemampuannya untuk mengontrol atau memecahkan suatu masalah dengan baik.

2) Kebenaran (*correctness*) informasi.

Informasi yang dihasilkan oleh proses pengolahan data, haruslah benar sesuai dengan perhitungan-perhitungan yang ada dalam proses tersebut. Sebagai contoh, jika sebuah informasi menunjukkan total nilai gaji yang harus dibayarkan pada seorang pegawai, maka informasi tersebut haruslah sudah benar dan memuat perhitungan-perhitungan matematis yang ada di dalam prosesnya seperti perhitungan tunjangan, perhitungan potongan dan sebagainya

3) Keamanan (*security*) informasi.

Keamanan sebuah informasi, tergambar dari jawaban atas pertanyaan "*Did the message reach all or only the intended systems users?*"⁹²

c. Tepat Waktu (*Timeliness*)

Bahwa informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, datangnya tidak boleh terlambat (usang). Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai nilai yang baik, sehingga kalau digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dapat menimbulkan kesalahan dalam tindakan yang akan diambil. Kebutuhan akan tepat waktunya sebuah informasi itulah yang pada akhirnya akan menyebabkan mahalnya nilai suatu informasi. Hal itu dapat dipahami

⁹² Jogiyanto HM, 1999. *Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 89

karena kecepatan untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkan informasi tersebut memerlukan bantuan sebuah teknologi terbaru⁹³.

C. KUALITAS PELAYANAN PERGURUAN TINGGI

1. Pengertian Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi

Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat Kotler dan Keller⁹⁴. Kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan suatu produk atau layanan yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas menurut ISO 9000 dalam Hamdani dan Lupiyoadi⁹⁵ adalah: “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements*” (derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Persyaratan dalam hal ini adalah: “*need or expectation that is state, generally implied or obligatory*” (yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan, biasanya tersirat atau wajib). Sedangkan kalau diperhatikan secara etimologi, mutu atau kualitas diartikan dengan kenaikan tingkatan menuju suatu perbaikan atau kemapanan. Sebab kualitas mengandung makna bobot atau tinggi rendahnya sesuatu. Kualitas seringkali dikaitkan dengan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sejalan dengan hal tersebut, maka Zeithaml dan Bitner⁹⁶ mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai persepsi pelanggan yang merupakan evaluasi atas sejumlah dimensi-dimensi pelayanan tertentu,

⁹³ Tata Sutabri, 2005. *Sistem Informasi Manajemen*, Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 21

⁹⁴ Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. Hlm 99

⁹⁵ Lupiyoadi, R. dan Hamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat. Hlm 175

⁹⁶ Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. ‘Services’, hlm. 74

seperti: keandalannya, ketanggapannya, jaminannya, empatinya dan pelayanannya secara fisik. Parasuraman et.al⁹⁷ dalam hal ini juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan opini klien yang terkait dengan bagaimana pelayanan tersebut sukses atau tidak sukses disampaikan kepada konsumen, sehingga muncul dua teori mengenai harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Apakah pelayanan yang diterima konsumen tersebut sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Dengan kata lain, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik buruknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas, dalam konteks Perguruan Tinggi, maka kualitas pelayanan Perguruan Tinggi dapat dimaknai persepsi stakeholder yang merupakan evaluasi atas sejumlah dimensi-dimensi pelayanan Perguruan Tinggi Evaluasi apakah kualitas pelayanan baik atau buruk akan dapat diukur melalui kepuasan mereka. Apa saja dimensi-dimensi layanan tersebut harus dapat dipahami untuk menentukan atribut-atribut layanan dalam Perguruan Tinggi. Hal ini disebabkan karena sifat-sifat

⁹⁷ A. Parasuraman et.al, Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, (*Journal of Retailing*, 1991)67: 420-450

layanan, antara lain⁹⁸ : (a) Pelayanan itu sifatnya tidak kasat mata (intangible); (b) Pelayanan itu sifatnya heterogen, artinya pelaksanaannya sering bervariasi dari penyedia jasa, konsumen maupun konteksnya; (c) Pelayanan itu tidak bisa ditempatkan dalam sebuah kapsul, sehingga bisa diuji coba sepanjang waktu; (d) Produksi pelayanan mungkin tidak dapat dipisahkan dari konsumsi pelayanan itu sendiri. Dengan demikian, selanjutnya perlu dipahami apa saja dimensi-dimensi dari kualitas pelayanan Perguruan Tinggi beserta atribut-atributnya.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi

Perspektif pengukuran kualitas bisa dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect* (" *Doing it right the first time*" atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan, dan *customer delight*⁹⁹. Dalam konteks pengukuran kualitas jasa, terdapat dua rerangka definisional utama: *performance-based framework* (menetapkan *perceived performance*, tanpa referensi pembandingan apapun, sebagai konsep *perceived quality*) *standard-based framework* (konseptualisasi *perceived quality* relatif atau komparatif, artinya kinerja dibandingkan norma atau standar tertentu¹⁰⁰).

Aspek hasil bukan satu-satunya komponen kualitas. Berdasarkan perspektif TQM (*Total Quality Management*), misalnya, kualitas dipandang

⁹⁸ Antreas Athanassopoulos; Spiros Gounaris dan Vlassis Stathakopoulos, Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study, (*European Journal of Marketing*, 2001) Vol. 35 No. 5/6, pp. 687-707

⁹⁹ (Fandy Tjiptono: 160).

¹⁰⁰ (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra :163).

secara lebih komprehensif atau holistik, dimana bukan hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga proses, lingkungan, dan sumber daya manusia. Perspektif ini dirumuskan secara rinci oleh Goetsch dan Davis¹⁰¹ yang mendefinisikan kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan Produk, Jasa, Sumber Daya Manusia, Proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas layanan menarik untuk diamati, determinan kualitas jasa untuk tipe industri yang sama bisa bervariasi menurut konteks' riset yang dilakukan. Riset yang dilakukan Joseph¹⁰² tentang persepsi mahasiswa terhadap kualitas jasa Universitas di Selandia baru mengungkapkan 7 determinan utama: isu-isu program studi, reputasi akademik, aspek fisik/biaya, peluang karir, lokasi, waktu dan faktor-faktor lain. Sementara itu, riset Hampton¹⁰³ terhadap topik yang sama terhadap sebuah Universitas di Amerika Serikat mengidentifikasi 7 determinan kualitas jasa universitas, diantaranya: kualitas pendidikan, pengajaran, kehidupan sosial-personal, fasilitas kampus, usaha yang diperlukan untuk lulus, kehidupan sosial-kampus, dan Bimbingan Mahasiswa. Hal ini mencakup Pelayanan yang diberikan oleh petugas maupun staf administrasi Universitas Pascasarjana UIN MALIKI Malang kepada mahasiswa, yang diharapkan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan para mahasiswa, melalui pelayanan yang ramah, tanggap terhadap segala keluhan yang dialami oleh mahasiswa, perhatian dosen pada kebutuhan dan minat mahasiswanya, serta kesediaan dosen untuk berdiskusi dan memberikan referensi jurnal internasional kepada mahasiswanya diluar jam

¹⁰¹ (Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra:164)

¹⁰² (Fandy Tjiptono:155)

¹⁰³ (Fandy Tjiptono:160)

kelas. Disamping itu, Levis dan Booms¹⁰⁴ merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*¹⁰⁵) apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas jasa bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas jasa dipersepsikan negatif atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggan. Hal ini seluruh karyawan Pascasarjana UIN MALIKI sangat berpengaruh dalam terbentuknya Kualitas Layanan.

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan Kualitas Jasa, dan kesepuluh faktor tersebut dirangkum menjadi hanya lima dimensi yang disingkat dengan “TERRA” yaitu

1. *Tangibles* (Bukti Fisik), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Didalam hal ini Pascasarjana UIN Maliki telah memberikan sarana fisik seperti ruangan berAC, dan penampilan karyawan yang rapi dan bersih.

¹⁰⁴ Tjiptono dan Gregorius:180)

¹⁰⁵ (Parasuraman, et al., 1985).

2. *Empathy* meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kemampuan memahami kebutuhan para pelanggan. Dan didalam hal ini dosen-dosen yang ada di Universitas Pascasarjana UIN Maliki selalu merespon dengan baik jika ada salah satu mahasiswa yang menghubunginya lewat handphone, selalu menghadiri dan berbela sungkawan jika ada salah satu mahasiswa meninggal dunia, dan dosen-dosen disetiap hari jumat selalu bergiliran memberikan ceramah di mesjid kampus Universitas Pascasarjana UIN Maliki, selain dibekali dengan ilmu, para mahasiswa juga dibekali dengan akhlaq yang baik.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu keinginan perusahaan melalui karyawannya untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Seperti layanan yang telah diberikan oleh pegawai Universitas Pascasarjana UIN Maliki, yang ramah, sopan, bersahabat, sigap atau tanggap, handal, professional, responsif, serta dapat melayani dengan cepat dan tepat.
4. *Reliability* (Keandalan), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Contohnya dosen selalu tepat waktu, serta selalu hadir disetiap jadwal yang ditentukan.
5. *Assurance* (Jaminan), meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan, bebas dari bahaya risiko atau keraguraguan. Hal ini seperti memberikan rasa aman dan nyaman

kepada mahasiswa, meliputi kendaraan yang terparkir, serta keramahan para staf keamanan, serta kejujuran yang dimiliki oleh para karyawan khususnya staf keamanan yang selalu mengembalikan kunci kendaraan kepada mahasiswa apabila mahasiswa lalai untuk menyimpannya.

Menurut Parasuraman¹⁰⁶, atribut *responsiveness* atau daya tanggap ada empat, yaitu:

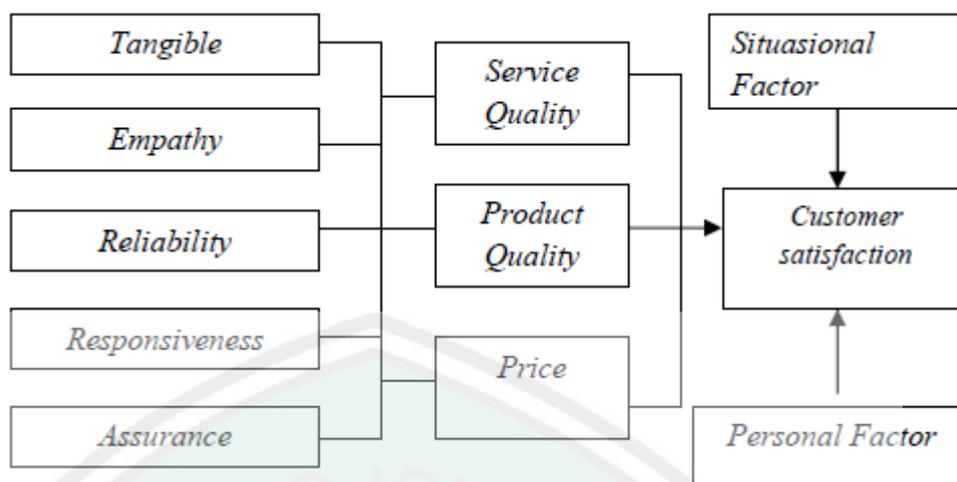
- 1) Menginformasikan kepada konsumen tentang kepastian waktu penyampaian jasa,
- 2) Layanan yang segera atau cepat bagi konsumen,
- 3) Kesiediaan untuk membantu konsumen,
- 4) Kesiapan untuk merespon permintaan konsumen.

Menurut Zaithaml dan Bitner¹⁰⁷ kualitas pelayanan ditentukan oleh persepsi konsumen tentang persepsi kualitas pelayanan dalam arti hasil dari suatu proses jasa (*outcome process*) yang diwujudkan dalam bentuk bagaimana jasa itu diberikan. Zaithaml dan Bitner¹⁰⁸ menyatakan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasi dan faktor pribadi / individu pelanggan. Secara visual Zaithaml dan Bitner menggambarkan pengaruh faktor-faktor tersebut sebagaimana dalam Gambar dibawah ini:

¹⁰⁶ (Fandy Tjiptono: 157),

¹⁰⁷ Zaithaml, Bitner and Gremler, 2006. Service Marketing. Fourth Edition, Prentice Hall; Exclusive right by Mc Graw-Hill. Hlm74

¹⁰⁸ Ibid Hlm 75



Gambar 2.3 faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Customer Satisfaction) Berserta dampaknya terhadap Kualitas Layanan¹⁰⁹.

Pada Gambar 2.1 diatas terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa, yang berdasarkan dua faktor yaitu situasi dan factor individu tersebut. Faktor yang pertama adalah situasi atau kondisi yang terjadi pada saat konsumen atau pelanggan merasakan suatu layanan jasa tersebut. Dalam bisnis jasa, dengan karakteristik yang tidak terwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*) dan tidak terpisahkan (*inseparability*), maka faktor kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi salah satu strategi yang sangat menentukan dalam persaingan. Kualitas pelayanan dalam bisnis jasa hanya dapat diukur melalui persepsi konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan pemberi jasa

Dalam penelitian ini digunakan TERRA Model karena model ini cukup praktis digunakan dan dianggap dapat mewakili berbagai dimensi yang ada dalam setiap kualitas pelayanan jasa Perguruan Tinggi. Model ini juga mampu mengklasifikasi dimensi-dimensi kualitas pelayanan dalam jasa

¹⁰⁹ Sumber: Zaithaml, VA dan Bitner MJ, (2003).

perbankan (meliputi: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibility*). Dalam penggunaan model ini ditambahkan satu dimensi khusus yaitu, (keterjangkauan) dalam pelayanan jasa perguruan tinggi dan merupakan faktor yang cukup penting dalam mendekati pelayanan kepada mahasiswa.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa, kualitas layanan adalah suatu program kualitas yang melibatkan setiap staf yang menangani operasi jasa dalam organisasi jasa, dimana ia memberikan jasa secara cepat tanpa membuat kesalahan apapun, selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah mahasiswa

D. KEPUASAN MAHASISWA

1. Mahasiswa

Mahasiswa adalah peserta didik yang yang terdaftar dan belajar pada Perguruan Tinggi tertentu¹¹⁰. Dalam dunia korporasi, mahasiswa sama dengan konsumen yang membeli produk dari Perguruan Tinggi¹¹¹. Secara umum, sebuah institusi pendidikan memiliki konsumen yang beraneka ragam, seperti industri/korporasi, orang tua, pemerintah dan masyarakat secara keseluruhan¹¹², yang biasa dikenal dengan istilah stakeholder. Dalam hal ini Edward Sallis¹¹³, menyebutkan secara lebih rinci siapa saja konsumen atau pelanggan dari sebuah institusi pendidikan, yang terdiri dari pelanggan internal dan pelanggan eksternal, sebagaimana gambar berikut:

¹¹⁰ PP RI No.10 Th. 1999, tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 1, ayat 6

¹¹¹ Ian G. Evans, 'Marketing'. Hlm 6

¹¹² Krisana Kitchroen, 'Literatur', pp. 14-25; Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. 'Development' pp. 412-416

¹¹³ Edward Sallis, 'Total Quality', hlm. 67-71

Tabel 2.1 Pelanggan Internal dan Eksternal

Pelanggan Internal	Pelanggan Eksternal
Pendidikan (nilai tambah yang diberikan kepada pelajar)	Jasa
Pelajar	Pelanggan atau klien eksternal utama
Orang tua/kepala daerah/ sponsor	Pelanggan eksternal kedua
Pemerintah/masyarakat/ bursa kerja	Pelanggan eksternal ketiga
Guru	Staf Pelanggan internal

Dari table tersebut, maka secara mudah kita dapat melihat bahwa stakeholder utama dari sebuah institusi pendidikan adalah pelajar atau mahasiswa, jika konteksnya Perguruan Tinggi. Dengan demikian, yang menjadi stakeholder utama dari Perguruan Tinggi adalah mahasiswa⁽¹¹⁴⁾⁽¹¹⁵⁾. Mahasiswa merupakan penerima langsung dari pelayanan yang berikan oleh Perguruan Tinggi. Hill¹¹⁶ menyatakan bahwa sebagai stakeholder utama dari Perguruan Tinggi, mahasiswa harusnya memiliki harapan terhadap akan kualitas pelayanan Perguruan Tinggi tempat dia belajar.

Sebagai pelanggan utama yang merasakan langsung seluruh layanan Perguruan Tinggi, mahasiswa memiliki hak dan kewajiban¹¹⁷. Sebagaimana dijabarkan dalam tabel 2.1.

¹¹⁴ Jacqueline Douglas,; Alex Douglas and Barry Barnes, 'Measuring', pp. 251-267

¹¹⁵ Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. 'Development', pp. 412-416

¹¹⁶ F.M. Hill, Managing service quality in higher education: the role of student as primary consumer (Quality Assurance in Education, 1995), 3: 10-21.

¹¹⁷ PP RI No.10 Th. 1999, tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 109 dan 110

Table 2.2 Hak dan Kewajiban Mahasiswa

Hak Mahasiswa	Kewajiban Mahasiswa
2 Menggunakan kebebasan akademik secara bertanggung jawab untuk menuntut dan mengkaji ilmu sesuai dengan norma dan susila yang berlaku dalam lingkungan akademik.	1) Ikut menanggung biaya penyelenggaraan pendidikan, kecuali bagi mahasiswa yang dibebaskan dalam kewajiban tersebut.
3 Memperoleh pengajaran sebaik baiknya dan layanan bidang akademik sesuai dengan minat, bakat, kegemaran dan kemampuan.	2) Mematuhi semua peraturan yang berlaku pada PT tersebut.
4 Memanfaatkan fasilitas Perguruan Tinggi dalam rangka mendukung proses belajar.	3) Ikut memelihara sarana dan prasarana serta kebersihan, ketertiban dan keamanan pada Perguruan Tinggi yang bersangkutan.
5 Mendapat bimbingan dari dosen yang bertanggung jawab atas program studi yang diikutinya dalam penyelesaian studinya.	4) Menghargai ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian.
6 Memperoleh layanan informasi yang berkaitan dengan program studi yang diikuti serta hasil belajarnya.	5) Menjaga kewibawaan dan nama baik Perguruan Tinggi yang bersangkutan.
7 Menyelesaikan studi lebih awal dari jadwal yang ditetapkan sesuai dengan persyaratan yang berlaku.	6) Menjunjung tinggi kebudayaan nasional.
8 Memperoleh layanan kesejahteraan sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku.	
9 Memanfaatkan sumber daya Perguruan Tinggi melalui perwakilan atau organisasi kamahasiswaan untuk mengurus dan mengatur kesejahteraan, minat dan tata kehidupan bermasyarakat.	
10 Pindah ke Perguruan Tinggi lain atau program studi lain, bilamana memenuhi persyaratan penerimaan mahasiswa pada Perguruan Tinggi atau program studi yang hendak dimasuki.	
11 Ikut serta dalam organisasi mahasiswa Perguruan Tinggi yang bersangkutan.	
12 Memperoleh pelayanan khusus bilamana menyandang cacat.	

Mahasiswa berhak mendapatkan pelayanan-pelayanan terbaik dari Perguruan Tinggi, dan berhak memanfaatkan sumber daya yang ada di dari Perguruan Tinggi, dalam rangka memenuhi tujuan belajar mereka. Sesuai dengan konsep kualitas pelayanan persepsi stakeholder, layanan-layanan ini

akan memberikan kepuasan kepada mahasiswa jika harapan-harapan mahasiswa akan layanan sebuah dari Perguruan Tinggi terpenuhi sesuai dengan kenyataan yang dirasakan.

2. Kepuasan Mahasiswa

Dari uraian terkait mahasiswa sebelumnya, mahasiswa memiliki berbagi hak layanan. Sesuai dengan konsep mutu berorientasi stakeholder atau pelanggan, layanan-layanan ini dikatakan berkualitas jika layanan telah sesuai dengan harapan mahasiswa. Sesuai dengan harapan mahasiswa inilah yang biasa dikenal dengan istilah memuaskan. Dengan demikian, suatu layanan Perguruan Tinggi dikatakan berkualitas jika layanan tersebut telah memberikan kepuasan kepada mahasiswa. Atau dengan kata lain, kepuasan mahasiswa merupakan indikator berkualitas tidak sebuah layanan PT. Itulah sebabnya, dalam literatur pemasaran jasa, konsep kualitas pelayanan selalu disamakan dengan kepuasan konsumen¹¹⁸.

Kepuasan berasal dari kata 'puas' yang memiliki arti lega atau merasa senang¹¹⁹. Secara teoritis, kepuasan memiliki dua sudut pandang, yaitu sebagai sebuah proses atau sebagai suatu hasil¹²⁰. Sebagai proses, kepuasan dianalisis dalam sifat alaminya secara kognitif atau emosional. Teori yang dipakai dalam memandang kepuasan sebagai sebuah proses, adalah teori ketidaksesuaian antara harapan konsumen dengan persepsi konsumen atas layanan yang mereka rasakan. Beberapa yang peneliti yang menggunakan kepuasan sebagai proses antara lain Kotler, yang mendefinisikan kepuasan

¹¹⁸ Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. *Services*, hlm. 74; Basheer A. Al-Alak and Ahmad Salih Mheidi Alnaser, 'Assessing', pp. 156-164

¹¹⁹ Daryanto, *Kamus Bahasa Indonesia Lengkap*, (Surabaya, Apollo, 1997), hlm. 490

¹²⁰ Helena Alves & Mário Raposo, *The Influence Of University Image In Student's Expectations, Satisfaction And Loyalty*, (Annual EAIR Forum, Innsbruck, Austria, 2007)

adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya¹²¹.

Hal senada juga disampaikan Zeithaml dan Bitner yaitu kepuasan adalah evaluasi konsumen terhadap produk maupun pelayanan dalam artian apakah produk dan pelayanan memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen¹²². Dengan demikian, kepuasan konsumen ini pada dasarnya merupakan sikap jangka pendek yang merupakan hasil evaluasi dari pengalaman melakukan konsumsi barang maupun jasa¹²³. Evaluasi yang dimaksud adalah proses membandingkan persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya terhadap bagaimana seharusnya layanan itu diberikan.

Dikaitkan dengan kepuasan mahasiswa sebagai konsumen utama Perguruan Tinggi, maka beberapa ahli juga memiliki definisi tersendiri terkait dengan kepuasan mahasiswa sebagai sebuah proses. Elliot & Shin¹²⁴; Alves & Raposo¹²⁵ mendefinisikan kepuasan mahasiswa adalah proses membandingkan antara pengalaman yang diterima di universitas dengan harapan mereka terhadap universitas. Sedangkan Elliot & Healy¹²⁶ mendefinisikan kepuasan mahasiswa sebagai sikap jangka pendek yang

¹²¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, edisi millenium, terjemahan Indonesia oleh Hendra Teguh; Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 42

¹²² Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner, 'Services', hlm. 75

¹²³ Adee Athiyaman, Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education. *European Journal of Marketing*, Vol. 31 No. 7, pp. 528-540.

¹²⁴ K. Elliot; D. Shin, Assessing student satisfaction: an approach to help in the development of marketing strategy for a university, (Marketing Management Association, 1999)

¹²⁵ Helena Alves & Mário Raposo, The Influence of University Image in Student's Expectations, Satisfaction and Loyalty, (Annual EAIR Forum, Innsbruck, Austria, 2007), pp. 1-13

¹²⁶ K. Elliot; M. Healy, Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention, (*Journal of Marketing for Higher Education*, 2001), Vol. 10, No 4, pp.1-12

merupakan hasil evaluasi mahasiswa mengenai pengalaman mereka selama belajar. Pengertian ini tidak jauh beda dengan konsep kepuasan konsumen secara umum. Secara psikologis, konsep ini mudah dipahami berdasarkan terori Gestalt. Seseorang cenderung mempersepsikan apa yang terlihat dari lingkungannya sebagai kesatuan yang utuh¹²⁷. Maknanya, seseorang akan cenderung melihat suatu objek langsung secara utuh, walaupun didalamnya terdapat unsur-unsur yang membentuknya. Dalam hal ini kepuasan merupakan sebuah elemen yang unsurnya terdiri dari harapan dan persepsi.

Diasumsikan ketika calon mahasiswa telah menjadi mahasiswa sebuah Perguruan Tinggi, pada dasarnya mereka telah memiliki keyakinan-keyakinan tertentu akan sebuah pelayanan Perguruan Tinggi, yang terbentuk karena adanya referensi dari pihak lain; pemasaran yang dilakukan Perguruan Tinggi, atau karena kebutuhan dari mahasiswa tersebut. Keyakinan-keyakinan ini telah mereka percaya akan mereka dapatkan ketika menjadi mahasiswa dari Perguruan Tinggi tersebut. keyakinan-keyakinan inilah yang disebut dengan harapan (*expectation*). Harapan-harapan tersebut kemudian akan dihadapkan pada kenyataan bagaimana kinerja layanan Perguruan Tinggi yang mereka rasakan. Disinilah kemudian akan muncul perasaan puas dan tidak puas mahasiswa atas layanan Perguruan Tinggi. Ketika Perguruan Tinggi memberikan layanan sesuai dengan harapan mahasiswa, maka mahasiswa akan puas dan sebaliknya ketika layanan Perguruan Tinggi tidak sesuai dengan harapan mahasiswa akan terjadi ketidakpuasan.

¹²⁷ <http://id.wikipedia.org/wiki/Gestalt>, diakses tanggal 03 Maret 2014

Kepuasan sebagai sebuah hasil dianalisis sebagai penyebab utama kepuasan¹²⁸. Dalam arti kepuasan dipandang sebagai titik akhir sebuah proses motivasional. Untuk memahami kepuasan sebagai sebuah keadaan yang mandiri, maka teori psikologi stimulus-response sangat berperan. Menurut teori ini proses belajar merupakan suatu tanggapan dari seseorang terhadap suatu rangsangan yang dihadapinya¹²⁹. Begitu juga dengan kepuasan, seseorang akan langsung menunjukkan respon atas pengalaman suatu jasa. Respon ini bisa langsung berupa perasaan senang, bahagia, gembira, sedih, kecewa dan sebagainya. Dengan demikian pada kepuasan sebagai hasil, kepuasan mahasiswa dapat didefinisikan dengan respon perasaan senang atau kecewa mahasiswa atas kualitas pelayanan Perguruan Tinggi.

Dalam kaitannya dengan mahasiswa sebagai konsumen utama Perguruan Tinggi, Anderson¹³⁰ menyatakan bahwa hubungan mahasiswa pertama kali dengan universitas dilakukan pada saat adanya layanan penerimaan dan registrasi mahasiswa baru, sehingga penyediaan layanan yang bagus akan memberikan dampak positif bagi penilaian mahasiswa baru terhadap universitas atau Perguruan Tinggi. Kitchroen¹³¹ menegaskan bahwa kualitas pelayanan yang buruk pada akhirnya akan berpengaruh terhadap sektor pendanaan dan kelangsungan hidup universitas melalui penurunan popularitas institusi dan penurunan jumlah dan standar pendaftar, meskipun dampak tersebut terjadi secara tidak langsung dan dalam jangka waktu yang

¹²⁸ Helena Alves & Mário Raposo, 'The Influence of University', pp. 1-13

¹²⁹ Basu Swastha Dharmmesta & Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPF, 2013), hlm.33

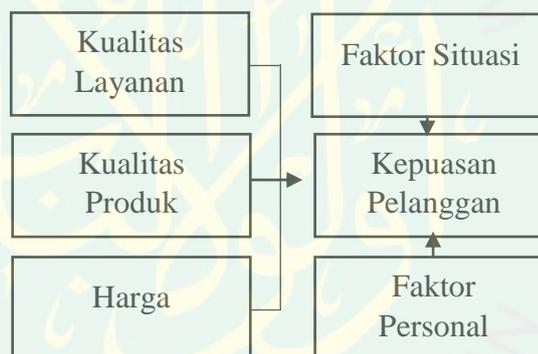
¹³⁰ E.A. Anderson, *Measuring Service Quality at A University Health Clinic*. (*International Journal of Health Care Quality Assurance*, 1995), 8(2), pp. 32-37

¹³¹ Krisana Kitchroen. 2004. ' , pp. 14-25

lama. Dalam kesimpulan risetnya, Athiyaman¹³² mencatat bahwa menyampaikan pelayanan berkualitas telah menjadi tujuan utama dari kebanyakan institusi pendidikan. Para praktisi seringkali berasumsi bahwa kualitas pelayanan sama dengan kepuasan konsumen. Atas dasar inilah kemudian dapat disimpulkan bahwa kepuasan mahasiswa harus diukur untuk dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan sebuah Perguruan Tinggi.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa

Zeithaml dan Bitner¹³³ mengemukakan bahwa kepuasan merupakan konsep inklusif yang dipengaruhi beberapa faktor (gambar 4) antara lain persepsi stakeholder terhadap kualitas pelayanan; kualitas produk; harga/biaya; situasi dan juga faktor personal.



Gambar 2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan¹³⁴

Dalam konteks kepuasan mahasiswa atas kualitas pelayanan Perguruan Tinggi, maka persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dinilai berdasarkan atribut-atribut layanan yang disediakan Perguruan Tinggi. Atribut-atribut tersebut misalnya, ketersediaan dosen dengan pendidikan yang baik dan berpengalaman, responsivitas bagian administrasi, kerersediaan

¹³² Adee Athiyaman, 'Linking', pp. 528-540

¹³³ Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. Services, hlm. 74

¹³⁴ Sumber: diadaptasi dari Zeithaml dan Bitner, 2000;75)

sarana- sarana penunjang kegiatan belajar mengajar dan sebagainya. Kualitas produk juga mempengaruhi seperti misal kualitas lulusan. Biaya juga ikut berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Layanan yang diberikan kepada mahasiswa harus sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan mahasiswa jika menghendaki adanya kepuasan mahasiswa.

Kedua faktor terakhir adalah faktor situasi dan personal. Faktor situasi merupakan faktor yang tidak dapat dikontrol, misalnya karena bencana. Sedangkan faktor personal merupakan faktor yang berkaitan dengan emosi seseorang, dimana emosi ini akan dipengaruhi misalnya oleh faktor demografi. Dalam sebuah penelitian terkait kepuasan mahasiswa, Kithroen¹³⁵ menemukan bahwa faktor demografi sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa.

4. Dimensi Kepuasan Mahasiswa

Pada implementasi sistem kepuasan pengguna (User Satisfaction) merupakan salah satu ukuran kesuksesan¹³⁶. Kepuasan dapat diartikan sebagai sesuatu keadaan dalam diri seseorang atau sekelompok orang yang telah berhasil mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkannya¹³⁷. Sementara Kotler¹³⁸ memberikan definisi bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Pengguna akhir dapat didefinisikan sebagai pengguna final atau

¹³⁵ Krisana Kitcharoen, 'The Importance-Performance Analysis', pp. 20-46

¹³⁶ Jawad, A. Q., and R. Reeves. 1997. Successful Acquisition of IT Systems. *Working Paper*

¹³⁷ Sutardji dan Sri Ismi Maulidiah (2006). Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Pada Kepuasan Pengguna Perpustakaan: Studi kasus di perpustakaan balai penelitian tanaman kacang – kacang dan umbi – umbian. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, Vol, 15, No. 2

¹³⁸ Kotler, Philip (2002). *Marketing Management*. Prentice Hall, New Jersey. Hlm 42

akhir atas sesuatu yang dimaksud¹³⁹. Jika pengguna tidak puas dengan suatu sistem informasi, maka sulit untuk mempertimbangkan keberhasilan suatu sistem informasi¹⁴⁰. Seandainya hasil yang diperoleh melebihi harapan, tentu pengguna akan merasa sangat puas.

Dalam konteks Perguruan Tinggi, setelah mahasiswa mendaftar dan mulai memasuki serta merasakan pengalaman di tempat ia belajar, maka selanjutnya konsumen akan merasakan tingkat kepuasan maupun ketidakpuasan berdasarkan pengalaman tersebut. Jika terjadi ketidakpuasan atas hasil yang telah ia bayarkan, maka akan menghasilkan *word of mouth* (komunikasi dari mulut ke mulut) yang negatif terhadap sekolah tersebut dan kedepannya akan berdampak pada penurunan jumlah pendaftar di sekolah atau institusi tersebut¹⁴¹. Dengan demikian, memberi pelayanan yang sesuai dengan harapan mahasiswa atau yang memberi kepuasan sangat penting demi kelangsungan hidup jangka panjang di tengah persaingan PT saat ini. Beberapa alasan tersebut mendasari pentingnya feedback dari mahasiswa. Mendapatkan feedback dari mahasiswa sangat bermanfaat bagi institusi pendidikan¹⁴². Manfaat tersebut beberapa hal, antara lain¹⁴³:

- 1) Untuk menyediakan bukti bahwa mahasiswa memiliki kesempatan untuk memberikan komentarnya terhadap institusi yang informasinya

¹³⁹ Bergensen, Bard M. (2008) User Satisfaction and Influencing Issue. *Artikel*. www.iu.hio.no/~frodes/rm/bard.pd

¹⁴⁰ Zviran, M., Nava Plinskin dan Ron Lewi (2005) Measuring User Satisfaction And Perceived Usefulness In The ERP Context. *Journal of Computer Information Systems, Spring*.

¹⁴¹ Ian G. Evans, 'Marketing' Hlm. 38

¹⁴² . Marcus; M. Zaharie; C. Osoian, "Student Satisfaction as a Quality Management Technicque in Higher Education," (Computer Science and Information Technology - Spring Conference, 2009. IACSITSC '09), pp.388-391

¹⁴³ J. Rowley., "Designing student feedback questionnaires", (Quality Assurance in Education, 2003b), Vol. 11 No. 3, pp. 142-9, dalam Jacqueline Douglas; Alex Douglas and Barry Barnes. 'Measuring', pp. 251-267

dapat digunakan sebagai peningkatan kualitas pelayanan;

- 2) Untuk mengeluarkan cerminan mahasiswa terhadap pembelajaran yang mereka rasakan;
- 3) Untuk menjadikan institusi memiliki indikator yang dapat berkontribusi terhadap reputasinya di pasar dan
- 4) Menyediakan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengekspresikan tingkat kepuasan terhadap pengalaman akademis yang mereka rasakan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mendapatkan feedback mahasiswa adalah melalui survei kepuasan mahasiswa, karena kepuasan itu sendiri menurut Kotler *et al*¹⁴⁴. adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan harapannya. Menurut Park¹⁴⁵ kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Menurut Berry dan Parasuraman¹⁴⁶ terdapat lima indikator kepuasan mahasiswa dalam kaitannya dengan mutu pendidikan, yaitu:

1. Keandalan, berhubungan dengan kebijakan pimpinan, kompetensi dosen dan pelayanan karyawan dalam memberikan pelayanan yang bermutu dengan yang dijanjikan, konsisten, yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mahasiswa.

¹⁴⁴ Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta. Hlm 169

¹⁴⁵ Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press. Hlm 57

¹⁴⁶ Buchari Alma,. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Hlm 55

2. Daya tanggap, kesedian personil sekolah untuk mendengarkan dan mengatasi keluhan mahasiswa/siswa yang berhubungan dengan masalah kuliah yang menyangkut masalah-masalah sekolah.
3. Kepastian, yaitu suatu keadaan di mana lembaga/sekolah memberikan jaminan kepastian layanan kepada mahasiswa yang tidak terlepas dari kemampuan personil lembaga/sekolah, terutama pimpinan, dosen dan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji-janji sekolah terhadap mahasiswa, disamping layanan-layanan lainnya.
4. Empati, merupakan keadaan mental yang membuat seseorang merasa dirinya di keadaan orang lain. Dengan demikian bentuk empati lembaga/sekolah terhadap kebutuhan mahasiswa adalah adanya pemahaman personil lembaga/terhadap kebutuhan mahasiswa dan berupaya kearah pencapaiannya.
5. Berwujud, dalam dunia pendidikan berhubungan dengan aspek fisik sekolah yang diperlukan untuk menunjang proses belajar mengajar, meliputi; bangunan, kebersihan lingkungan, taman, laboratorium, perpustakaan dan lainya¹⁴⁷.

Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan akan dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi saingannya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perguruan

¹⁴⁷ Sopiatin, popi. (2010). Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Siswa. Bogor : Ghalia Indonesia. Hlm 76

tinggi harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan kuantitas pelanggan¹⁴⁸.

5. Strategi untuk Meraih dan Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa

Meskipun terkadang sulit untuk memastikan bahwa sudut pandang paling penting dalam institusi pendidikan adalah sudut pandang pelajar, namun Salis¹⁴⁹ menegaskan bahwa kebutuhan dan gagasan dari para pelajar seharusnya menjadi fokus utama dari setiap institusi pendidikan, karena bagaimanapun juga pelajar adalah alasan utama berdirinya sebuah institusi pendidikan dan reputasi institusi pendidikan itu sendiri ada di pundak para pelajar. Manajemen yang efektif ditentukan oleh kemampuannya dalam menilai kualitas layanan yang disediakan¹⁵⁰, dan pengalaman mahasiswa bisa dijadikan pendekatan dalam mengelola dan meningkatkan kualitas pelayanan Perguruan Tinggi¹⁵¹.

Setelah mendapatkan feedback mahasiswa dari hasil survei kepuasan mahasiswa, maka survei tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk merumuskan strategi yang dipilih dalam meraih dan meningkatkan kepuasan mahasiswa. Strategi ini merupakan komitmen jangka Panjang dari Perguruan Tinggi untuk memenuhi harapan-harapan mahasiswa, agar keuntungan-keuntungan dari kepuasan mahasiswa tersebut benar-benar dapat menjadi kekuatan bagi Perguruan Tinggi dalam upaya menjaga eksistensi jangka

¹⁴⁸ Supranto, 2011, Statistik Teori dan Aplikasi, Erlangga, Jakarta. Hlm 234

¹⁴⁹ Edward Sallis, 'Total', hlm. 71

¹⁵⁰ Fátima de Jesus Henriques Silva & Paula Odete Fernandes, Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (IPB), (Creating Global Competitive Economies: A 360-Degree Approach,), 306-315

¹⁵¹ Maureen Brookes, Evaluating the 'Student Experience': An Approach to Managing and Enhancing Quality in Higher Education, (Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education, 2003), Vol. 2, No. 1., pp. 17-26

panjang Perguruan Tinggi. Berikut merupakan beberapa strategi yang dapat digunakan dalam upaya meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan¹⁵²97:

- a) Strategi Relationship Marketing, yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Strategi ini dapat dilaksanakan Perguruan Tinggi melalui pendataan mahasiswa hingga mereka menjadi alumni. Alumni dapat menjadi agen yang ampuh dalam upaya mengenalkan institusi kepada pihak lain.
- b) Strategi Superior Customer Service, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Dalam hal ini Perguruan Tinggi bisa menawarkan beberapa keunggulan yang tidak dimiliki tempat lain, seperti misalnya ketersediaan program studi yang bervariasi, yang tidak ditemukan di PT lain; keunggulan dalam penerapan TIK dalam seluruh aktivitas kampus, dan sebagainya. Dalam strategi ini Perguruan Tinggi harus dapat menetapkan keunggulan yang ingin diberikan PT kepada stakeholdernya.
- c) *Strategi Unconditional guarantess atau extraordinary guarantess.* Strategi ini berintikan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akhirnya akan menjadi sumber penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja korporasi. Strategi ini dapat digunakan Perguruan Tinggi dengan menyediakan SOP (standar operasional prosedur) yang jelas dalam memberikan layanan kepada stakeholdernya. Dengan standar tersebut, Perguruan Tinggi dapat memberikan jaminan berupa

¹⁵² Akh. Muwafik Saleh, Public Service Communication, (Malang: UMM Press, 2010), hlm. 126

pelayanan yang prima.

- d) Strategi penanganan keluhan yang efisien. Dengan menangani keluhan mahasiswa, PT akan memiliki kesempatan untuk mengubah mahasiswa yang tidak puas menjadi mahasiswa yang puas dengan layanan Perguruan Tinggi.
- e) Strategi peningkatan kinerja korporasi. Strategi ini merupakan upaya-upaya korporasi dalam meningkatkan kinerja korporasi tersebut. Bagi Perguruan Tinggi, strategi ini dapat dilaksanakan seperti mengadakan pemantauan dan pengukuran kepuasan stakeholder secara berkesinambungan; mengadakan pelatihan komunikasi bagi seluruh karyawan, baik dosen maupun bagian administrasi; melakukan pemberdayaan karyawan; membuat system penilaian kerja yang mengarah pada peningkatan kualitas kinerja pegawai Perguruan Tinggi, dan sebagainya.
- f) Menerapkan Quality Function Deployment (QFD), yaitu untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, QFD memungkinkan suatu korporasi untuk melibatkan pelanggan sedini mungkin dalam mengembangkan produk/jasa. Perguruan Tinggi dapat menggunakan strategi ini ketika ingin membuka layanan baru, atau juga ingin memperbaiki sebuah layanan. Misalkan Perguruan Tinggi ingin membangun layanan laboratorium yang baru, maka dalam hal ini Perguruan Tinggi dapat meminta tanggapan dari stakeholdernya untuk maksud tersebut.

Strategi yang mengarah pada kepuasan mahasiswa, menyebabkan Perguruan Tinggi harus berkonsentrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanannya. Dan ini membutuhkan komitmen dari seluruh bagian dari manajemen Perguruan Tinggi, agar kepuasan mahasiswa bisa benar-benar menjadi senjata yang ampuh dalam menjaga eksistensi jangka panjang Perguruan Tinggi.

E. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL

1. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Menurut Engel dkk kepuasan konsumen sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Salah satu indikator yang cukup handal yang dapat mempengaruhi konsumen adalah kualitas informasi sekolah tersebut yang sangat akurat, relevan dan tepat waktu yang diungkapkan oleh yogianto bahwa terdapat 3 hal pokok yang dapat mempengaruhi tingkat kualitas informasi. Menurut penelitian DeLone dan McLean, kualitas informasi (*information quality*) suatu sistem dapat mempengaruhi kepuasan pengguna (*usersatisfaction*)¹⁵³ dan Livari mengungkapkan bahwa kualitas informasi (*information quality*) mempengaruhi kepuasan pengguna (*user satisfaction*)¹⁵⁴ Penelitian Seddon dan Kiew jug menunjukkan bahwa kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dipengaruhi oleh kualitas informasi (*information quality*)¹⁵⁵ penelitian ini juga didukung oleh Seddon dan Yip yang

¹⁵³ DeLone, W. H., McLean, E. R. 1992. Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 4:60–95.

¹⁵⁴ Iivari, J. 2005. An Empirical Test of the Model of Information System Success. *DATA BASE Adv. Inf. Syst.* Vol. 36(2): 8–27

¹⁵⁵ Seddon, P.B. and Kiew, M.Y. (1994) A Partial Test and Development of the DeLone and McLean model of IS Success. *Australasian Journal of Information Systems*, 4, 90-109.

menunjukkan bahwa kualitas informasi (*information quality*) dapat mempengaruhi kepuasan pengguna (*user satisfaction*)¹⁵⁶.

2. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Penelitian yang dilakukan oleh Lyle, yang berjudul *Trust, Satisfaction and Loyalty in Customer Relationship Management: An Application of Justice Theory*, hasilnya menunjukkan bahwa kepercayaan mampu memperkuat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas konsumen¹⁵⁷. Menurut Oliver kepuasan adalah pertimbangan terhadap keistimewaan suatu produk atau layanan atau terhadap produk atau layanan itu sendiri yang menyediakan suatu tingkat kesenangan atas pemenuhan kebutuhan, termasuk di dalamnya produk atau layanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan atau tidak¹⁵⁸. Lebih lanjut Geyskens et al menemukan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh pelayanan¹⁵⁹. Hasil penelitian Zboja dan Voorhees menunjukkan bahwa terdapat hubungan kualitas layanan dengan kepuasan¹⁶⁰.

3. Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Sebuah informasi dari lembaga pendidikan sangat berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa, dimana dengan memberikan informasi baik yang positif maupun negative merupakan bentuk sebuah kepercayaan mahasiswa terhadap sebuah lembaga pendidikan ini merupakan peran yang juga sangat penting

¹⁵⁶ Seddon, P., B., and Yip, S., K. 1992. "An Empirical Evaluation of User Information Satisfaction (UIS) Measures for Use with General Ledger Accounting Software." *Journal of Information System*, Vol. 6, No 1, pp 75- 92

¹⁵⁷ Lyle R. Wetsch Phd. *Trust, Satisfaction and Loyalty in Customer Relationship Management: An Application of Justice Theory*, *Journal Of Relationship Marketing*

¹⁵⁸ Oliver, Riscrd L, (1997), *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education, Singapore

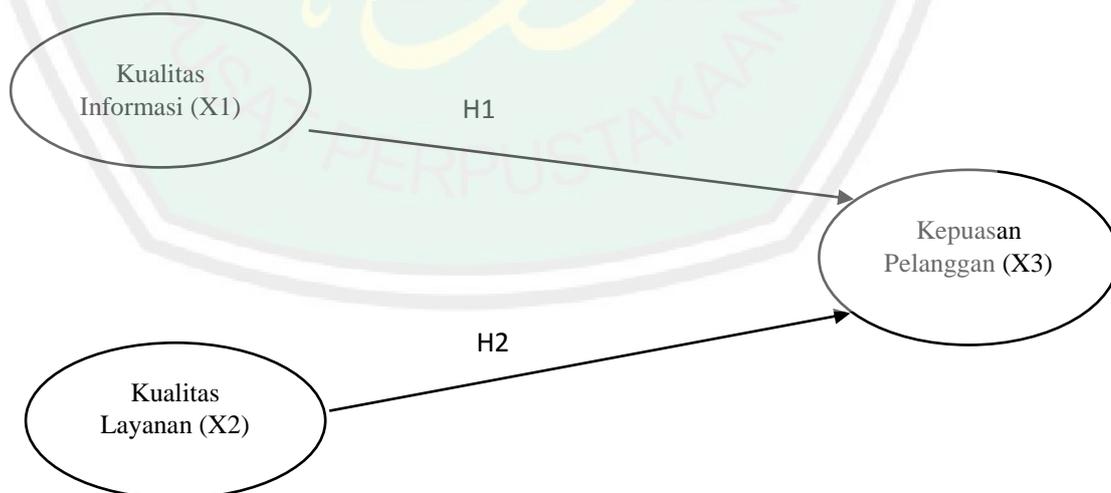
¹⁵⁹ Geyskens, I., Steenkamp, J.-B.E.M., dan Kumar, N., 1999. *A Meta-Analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships*. *Journal of Marketing Research*, 36: 223

¹⁶⁰ Zboja, J. and C.M. Voorhees, (2006), "*The Impact of Brand Trust and Satisfaction on Retailer Repurchase Intentions*," *Journal of Service Marketing*, Vol. 20, No. 5, pp 381-390.

dalam membentuk sebuah kepuasan mahasiswa terhadap Lembaga tersebut. Begitupun juga dengan kualitas layanan penyedia jasa pendidikan sangat dipertimbangkan untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya dengan tingkat resiko yang dapat diterima oleh mahasiswa dalam mencari segala informasi yang dibutuhkan. Pengalaman yang memuaskan dengan interaksi dan informasi yang berulang-ulang akan meningkatkan kepercayaan sehingga akan membawa pada proses penciptaan pelayanan penting dalam pembentukan kepercayaan yang pada akhirnya dari kepercayaan yang terbentuk dalam diri mahasiswa, membawa konsekuensi bagi mereka dalam membentuk dan melanjutkan hubungan jangka panjang.

Peran kepuasan mahasiswa dalam menghubungkan pengaruh antara kualitas informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan di sebuah lembaga pendidikan dimana variabel kualitas informasi, kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa mampu dihubungkan melalui tingkat kepercayaan mahasiswa. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tidak hanya dibutuhkan kepuasan tetapi juga kepercayaan yang tinggi dari mahasiswa ketika menggunakan jasa pendidikan di lembaga Perguruan Tinggi.

Gambar 2.5 Variable Penelitian



BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran yang cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan simpulan-simpulan yang dapat digeneralisasikan, lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang dapat dikumpulkan terutama data kuantitatif.¹⁶¹ Penelitian kuantitatif bertumpu sangat kuat pada pengumpulan data berupa angka hasil dari pengukuran. Karena itu data yang terkumpul harus diolah secara statistik agar dapat ditaksir dengan baik.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini tergolong jenis penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Penelitian ini secara garis besar bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Di samping itu juga dalam pengkajiannya menggunakan *directeffect* (pengaruh langsung). Hal ini dimaksudkan untuk menguji beberapa hipotesis yang telah diajukan dengan tetap bersandar pada kajian teori yang telah dipaparkan oleh peneliti. Oleh karena itu, jenis penelitian yang sesuai dengan tujuan dan hipotesis tersebut adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas ini adalah penelitian yang

¹⁶¹ Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), hlm. 29

ingin mencari penjelasan dalam bentuk hubungan *causeeffect* (hubungan sebab akibat) antar beberapa variabel. Penelitian ini diarahkan untuk menggambarkan adanya hubungan sebab akibat antara beberapa situasi yang digambarkan dalam model penelitian dan atas dasar itu maka dapat ditarik sebuah kesimpulan.¹⁶² Maka penelitian ini termasuk penelitian deskriptif korelasional. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan informasi mengenai status suatu gejala yang ada dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya pada saat penelitian dilakukan.¹⁶³

Penelitian korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Penelitian ini digunakan untuk menguji hipotesis tentang hubungan antar variabel atau untuk menyatakan besar-kecilnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Perlu diketahui dan diingat bahwa korelasi tidak selalu menunjukkan hubungan sebab akibat.¹⁶⁴ Tujuan dari adanya teknik korelasi adalah untuk mengumpulkan data apakah terdapat hubungan antar variabel yang diteliti, untuk menjawab pertanyaan apakah hubungan variabel tersebut kuat atau lemah, dan untuk memperoleh kepastian berdasarkan hitungan matematis apakah hubungan antar variabel merupakan hubungan yang signifikan atau tidak signifikan.¹⁶⁵

B. Variabel Penelitian

¹⁶² Suharno, *Pengaruh Computer Self-efficacy terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, dan dampak individu (study pada mahasiswa pengguna sistem e-learning di kopertis wilayah III Jakarta)*, (Disertasi Universitas Brawijaya Malang, 2014), hlm.131

¹⁶³ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm.. 234

¹⁶⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, hlm.. 247

¹⁶⁵ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Surabaya: Raja Grafindo Persada: 2004), hlm. 188

Secara teoritis variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau obyek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan orang lain atau satu obyek dengan obyek lain¹⁶⁶.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain. (1) variabel eksogen (X), yaitu variabel yang menjelaskan dan mempengaruhi variabel lain, (2) variabel endogen (Y) yaitu variabel yang dijelaskan dan dipengaruhi oleh variabel eksogen.

1. Variabel Eksogen (X)

Variabel eksogen disebut variabel stimulus, *predictor* dan *antesenden*. Variabel ini mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel endogen¹⁶⁷. Variabel eksogen dalam penelitian ini, X yang terdiri dari X₁ Kualitas Informasi, X₂ Kualitas Layanan.

2. Variabel Manifest (Y)

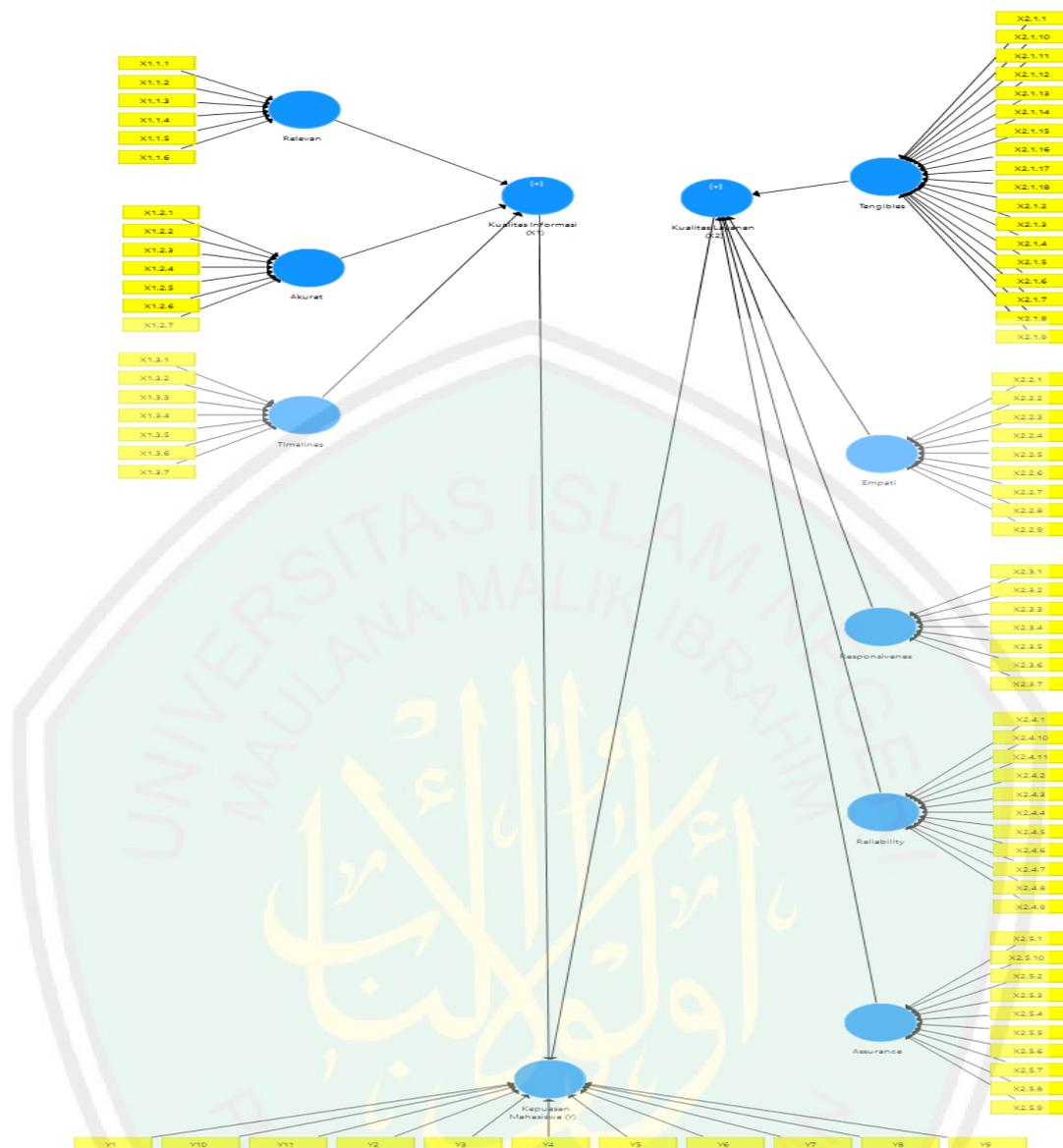
Variabel endogen sering disebut sebagai variabel *output* kriteria dan konsekuen. Variabel endogen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel endogen¹⁶⁸. Variabel endogen Y yang terdiri dari Y adalah Kepuasan Mahasiswa.

C. Keterkaitan Antar Variabel dan Dimensi Pengukuran

¹⁶⁶ Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya. Hlm 108

¹⁶⁷ Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hlm 39

¹⁶⁸ Yusuf Hamdan, Penerapan Konsep “7 Habits...”, hlm 39



Gambar 3.1 Diagram Keterkaitan antar Variabel dan antara Variabel dan Indikator

1. Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)

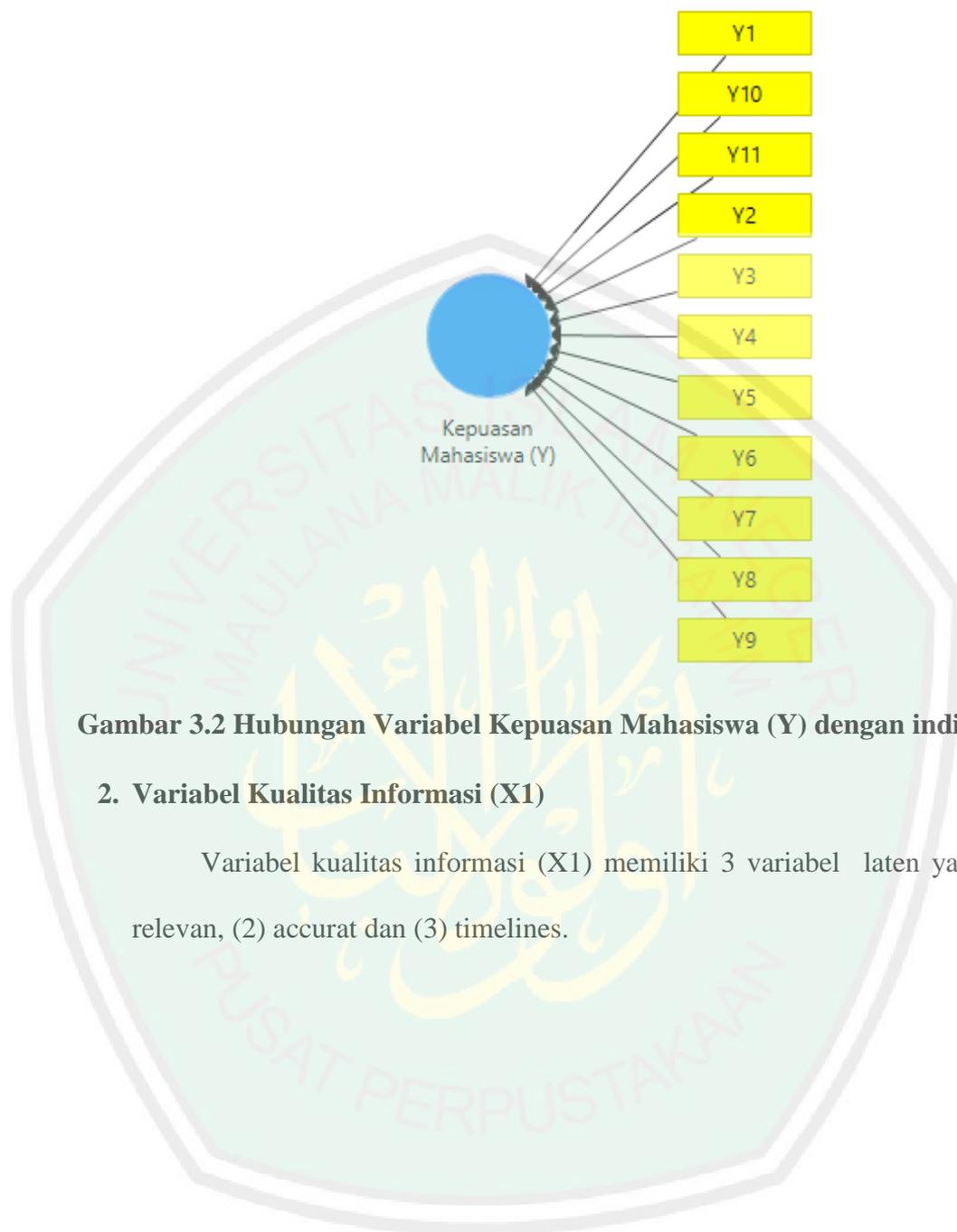
Variabel kepuasan mahasiswa (Y) meliputi 11 variabel laten yaitu (1) *Relevance* Informasi sesuai harapan mahasiswa, (2) Keakuratan Informasi administrasi akademik sesuai yang dipikirkan mahasiswa, (3) *Timelines* informasi yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa, (4) Infrastruktur kampus sesuai expecktasi mahasiswa (5) Rasa empati para

dosen dan staf administrasi sesuai yang dipikirkan mahasiswa, (6) Daya tanggap dosen, ketua program jurusan (kap rodi), staf administrasi pascasarjana dalam memahami kepentingan pelayanan mahasiswa sesuai dengan harapan mahasiswa, (7) Tingkat kompetensi, ketua program jurusan (kap rodi) staf administrasi dan dosen, pengajar mata kuliah sesuai yang dipikirkan mahasiswa (8) Jaminan yang diberikan pascasarjana pada mahasiswa sesuai kenyataan



Tabel 3.1 Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y)

Variabel Endogen	Variabel laten	Definisi Variabel	Indikator	Butir Angket
Kepuasan Mahasiswa (Y) (Kotler dan Keller)	Y1 Kepuasan Mahasiswa	Perasaan puas karena harapan mahasiswa atas informasi dan layanan yang diberikan/sajikan kampus pascasarjana pada mahasiswa sesuai dengan kenyataan.	1. Relevance Informasi sesuai harapan mahasiswa	76
			2. Keakuratan Informasi administrasi akademik sesuai yang dipikirkan mahasiswa	77
			3. Timelines informasi yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa	78
			4. Infrastruktur kampus sesuai expectasi mahasiswa	79
			5. Rasa empati para dosen dan staf administrasi sesuai yang dipikirkan mahasiswa	80
			6. Daya tanggap dosen, kaprodi, staf administrasi pascasarjana dalam memahami kepentingan pelayanan mahasiswa sesuai dengan harapan mahasiswa	81
			7. Tingkat kompetensi, kaprodi staf administrasi dan dosen, pengajar mata kuliah sesuai yang dipikirkan mahasiswa	82,83
			8. Jaminan yang diberikan pascasarjana pada mahasiswa sesuai kenyataan	75,84,85



Gambar 3.2 Hubungan Variabel Kepuasan Mahasiswa (Y) dengan indikator

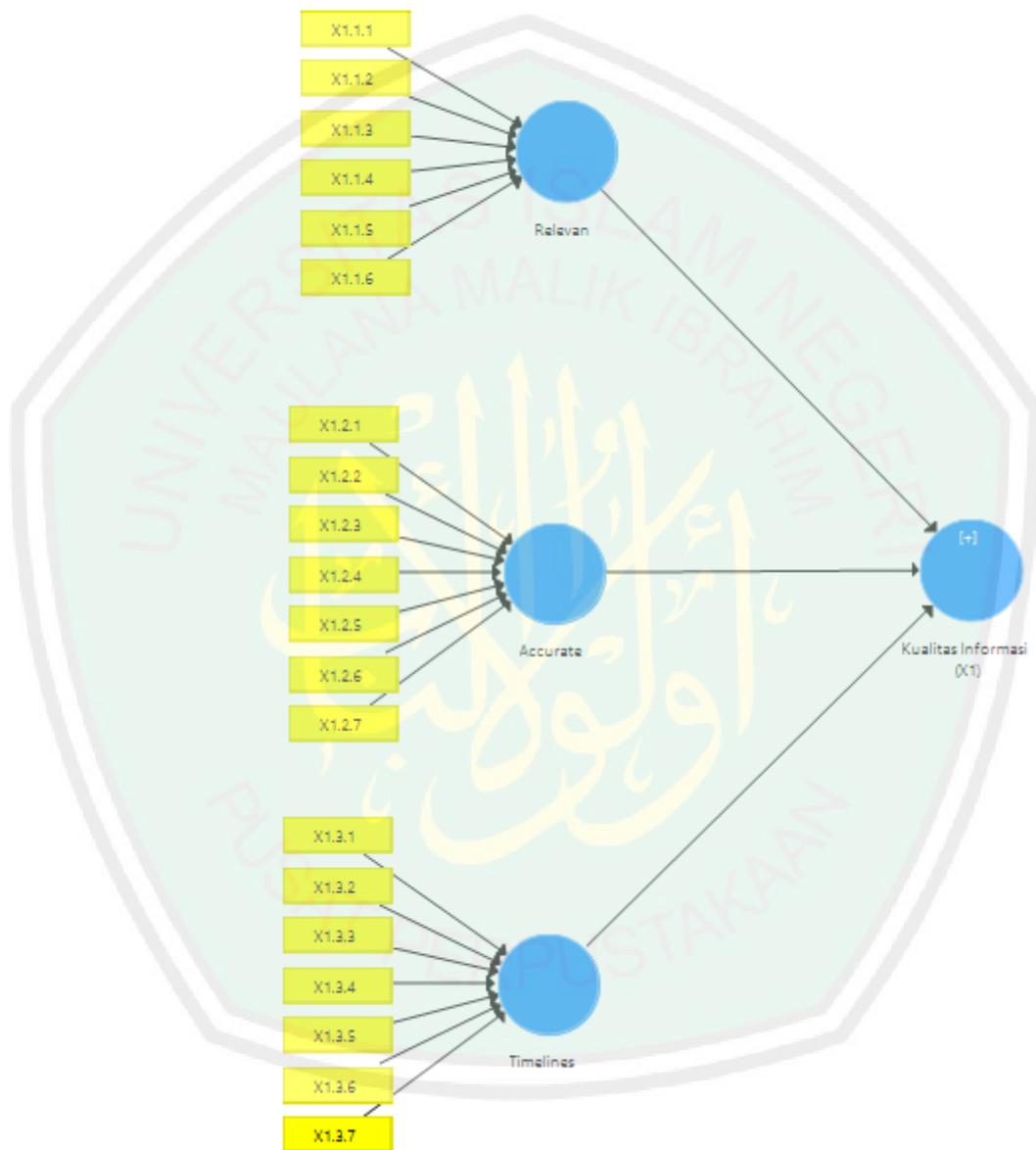
2. Variabel Kualitas Informasi (X1)

Variabel kualitas informasi (X1) memiliki 3 variabel laten yaitu, (1) relevan, (2) akurat dan (3) timelines.

Tabel 3.2 Variabel Kualitas Informasi (X1)

Variabel Endogen	Variabel laten	Definisi Variabel	Indikator	Butir Angket
Kualitas Informasi (X1)	X1.1 Relevance Information	Yang dimaksud relevance informasi dalam penelitian ini adalah relevance informasi yang disajikan oleh pascasarjana terkait dengan informasi akademik bagi mahasiswa	1. Relevance Informasi pembayarn ukt	1
			2. Relevance Informasi jadwal kuliah	2
			3. Relevance Informasi pelaksanaan ujian	3
			4. Relevance Informasi kegiatan akademik (seminar, workshop, pelatihan)	4
			5. Relevance Informasi lowongan beasiswa	5
			6. Relevance Informasi administrasi mahasiswa	6
			7. Informasi di web relevan	
	X1.2 Accuracy Information	Yang dimaksud accuracy Information dalam penelitian ini adalah tingkat accuracy Informasi yang disajikan oleh pascasarjana kepada mahasiswa	1. Informasi pembayaran ukt konsisten	7
			2. Informasi jadwal kuliah konsisten	8
			3. Informasi pelaksanaan ujian pasti	9
			4. Informasi kegiatan akademik yang disampaikan benar	10
			5. Informasi beasiswa benar adanya	11
			6. Informasi administrasi mahasiswa akurat	12
			7. Informasi yang disajikan di web sesuai fakta	13
	X1.3 Timeliness Information	Yang di maksud timeliness information dalam penelitian ini adalah informasi yang di sajikan oleh Pascasarjana tepat pada waktunya	1. Informasi pembayaran SPP tepat waktu	14
			2. Informasi jadwal kuliah tepat waktu	15
			3. Informasi pelaksanaan ujian tepat waktu	16
			4. Informasi kegiatan akademik tepat waktu	17
5. Informasi beasiswa tepat waktu			18	

			6. Informasi administrasi mahasiswa tepat waktu	19
			7. Informasi yang di sajikan di web tepat	20



Gambar 3.3 Hubungan Variabel Kualitas Informasi (X1) dengan indikator

3. Variabel Kualitas Layanan (X2)

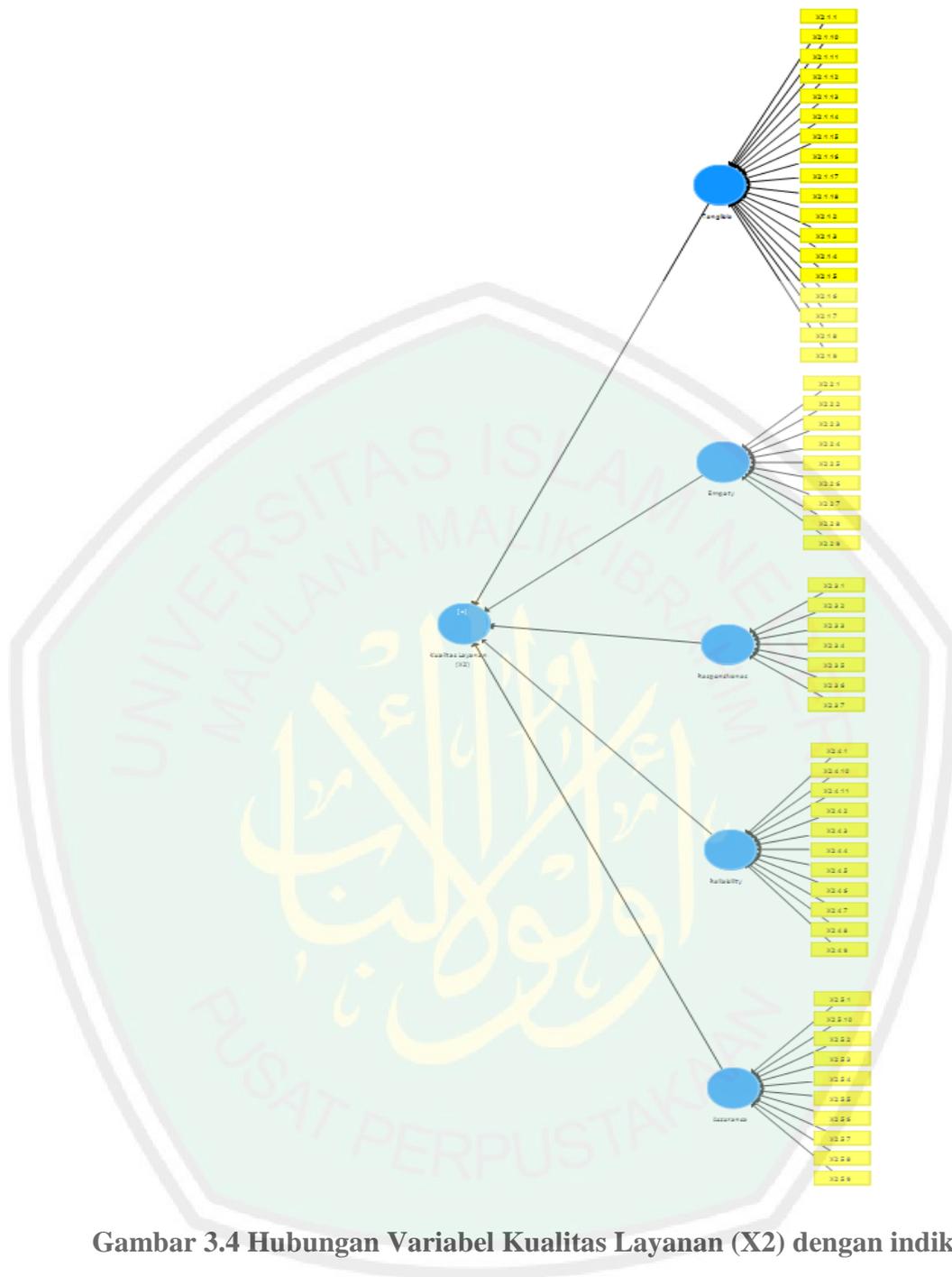
Variabel Kualitas Layanan (X2) memiliki 5 variabel laten yaitu (1) tangible, (2) empathy, (3) responsiveness, (4) Reliability dan (5) assurance



Tabel 3.3 Variabel Kualitas Informasi (X1)

Variabel Endogen	Variabel laten	Definisi Variabel	Indikator	Butir Angket
Kualitas Layanan (X2)	X2.1 Tangible (Bukti langsung)	Yang dimaksud tangible dalam penelitian ini adalah bukti fisik yang bisa dilihat dengan panca indra manusia	1. Penampilan dosen dan staf administrasi	21,22
			2. Kondisi lingkungan pascasarjana	23,24,25,26
			3. infrastruktur pascasarjana	27,28,29,30
			4. Keadaan ruang kelas, masjid, toilet, koperasi dan hall)	31,32
			5. Kebersihan kampus	33,34,35,36,37,38,
	X2.2 Empathy (Kepedulian)	Yang di maksud empathy dalam penelitian ini merupakan perhatian terhadap kepentingan mahasiswa	1. Perhatian personal Pada mahasiswa	39,40
			2. Kemudahan dalam berkomunikasi	41,42,44
			3. Perhatian terhadap kepentingan mahasiswa	45,46,47
	X2.3 Responsivness (Daya Tanggap)	Yang dimaksud daya tanggap dalam penelitian ini adalah dosen atau kaprodi (ketua progam study) memahami kepentingan pelayanan mahasiswa	1. Kecepatan dan ketepatan dosen dan staf administrasi dalam melayani kepentingan mahasiswa	48,49,50
			2. Kesiapan staf administrasi dan dosen dalam membantu mahasiswa	51,52
			3. Kesiapan merespon kepentingan mahasiswa	53,54
	X2.4 Reliability (Kehandalan)	Yang dimaksud kehandalan dalam penelitian ini adalah tingkat kopetensi dosen dan staf administrasi	1. Kompetensi dosen	55,56,57
			2. Kemampuan dosen membimbing tesis	58,59
			3. Tugas kaprodi	60
			4. Kemampuan staf administrasi	61,62
			5. Kedisiplinan dosen dan staf	

			administrasi	63,64
			6. Jam operasional pelayanan pascasarjana	65,66,67
X2.5 Assurance (Jaminan)	Yang dimaksud jaminan dalam penelitian ini adalah kemampuan dosen dan staf administrasi yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh dosen dan staf administrasi		1. Akreditasi kampus pascasarjana	68,69
			2. Reputasi kampus yang mudah mendapatkan pekerjaan	70,71
			3. Kurikulum Pascasarjana melahirkan mahasiswa kompeten	72,73,74
			4. Keramahan dan kesopanan staf dan dosen pascasarjana	75
			5. Keamanan pascasarjana	68,69



Gambar 3.4 Hubungan Variabel Kualitas Layanan (X2) dengan indikator

D. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang berada di Jl. Jalan Raya Ir. Soekarno No.1, Dadaprejo, Junrejo, Pendem, Junrejo, Kota Batu, Jawa Timur 65324

E. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek penelitian ini yaitu mahasiswa pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Sedangkan obyek penelitian ini adalah kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa.

F. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya¹⁶⁹. Populasi adalah sekumpulan objek yang akan diteliti. Populasi juga sering didefinisikan sebagai himpunan orang, hewan, tumbuhan, atau benda yang memiliki kesamaan karakter¹⁷⁰. Menurut Sugiono Populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan¹⁷¹.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S2 semester III dan IV, dan Mahasiswa pascasarjana S3 semester V dan VI mahasiswa pascasarjana di UIN Maliki Malang. Pembatasan tersebut dimaksudkan untuk menjaring mahasiswa yang telah benar-benar merasakan pelayanan pendidikan, sehingga mereka bisa menilai tingkat kepuasan serta tingkat urgensi dari pelayanan tersebut.

¹⁶⁹ Sarini Kodu, 2013. *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, Jurnal emba, Issn 2303-1174 1251 vol.1 no.3 Hlm 1251-1259

¹⁷⁰ Ari Prabawati, 2010. *PAS (Panduan Aplikatif dan Solusi), Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset. Hlm 10

¹⁷¹ Sugiyono, 2010. *“Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D”*, Bandung: Alfabeta Bandung. Hlm 56

Tabel 3.4: Jumlah sampel penelitian

NO	SEMESTER	JENJANG	JUMLAH MAHASISWA
1	Semester 3	S2	300
2	Semester 4	S2	249
3	Semester 5	S3	144
4	Semester 6	S3	72
JUMLAH			765

G. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Menurut Sugiono sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.¹⁷² Untuk pengambilan sampel survei, peneliti menggunakan *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, dan teknik yang dipilih adalah *proportionate random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dilakukan dengan memperhatikan proporsi yang ada dalam populasi itu¹⁷³. Dalam hal ini, Pascasarjana UIN Maliki Malang memiliki 7 program study atau 7 layanan prodi (Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab, Study Ilmu Agama Islam, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Pendidikan Agama Islam, Al-Akhwil Al-Shahsiyyah dan Ekonomi Syariah), dan 3 program study doctor (Manajemen Pendidikan Islam, Pendidikan Bahasa Arab dan Pendidikan Agama Islam Berbasis Study Interdisipliner)¹⁷⁴. Namun dalam penelitian ini dalam pengambilan sampel peneliti mengalami keterbatasan jika setiap program jurusan diambil sampel maka dari itu,

¹⁷² Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 81

¹⁷³ Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif', hlm. 82

¹⁷⁴ <http://pasca.uin-malang.ac.id/#> di akses pada tanggal 6 mey 2018 pada jam 15.57 wib

sampel yang akan diambil secara proporsional pada jenjang S2 dan S3 pada mahasiswa semester III dan IV untuk S2 semester V dan VI untuk jenjang S3.

Untuk menentukan berapa sampel keseluruhan yang dibutuhkan, maka digunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan. (konstanta 0,10 atau 10%)

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan dipilih, penulis menggunakan tingkat kesalahan sebesar 5%, karena dalam setiap penelitian tidak mungkin hasilnya sempurna 100%, makin besar tingkat kesalahan maka semakin sedikit ukuran sampel. Jumlah populasi sebagai dasar perhitungan yang digunakan adalah 765 mahasiswa pascasarjana. Dengan perhitungan berdasarkan rumus slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{765}{1 + 765(0,05)^2}$$

$$n = \frac{765}{2,9}$$

$$n = 263$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 263 mahasiswa. Sedangkan teknik penentuan jumlah

sampel pada masing-masing lokasi penelitian dilakukan secara propotional dengan rumus sebagai berikut:¹⁷⁵

$$M_i = \frac{N_i}{N} \times M$$

Keterangan:

N : Ukuran Populasi

N_i : Ukuran Sub Populasi ke i

M : Ukuran sampel

M_i : Ukuran sampel yang harus diambil

Berdasarkan rumus di atas maka didapatkan propotional untuk masing-masing lokasi seperti pada Tabel berikut

Tabel 3.5: Jumlah sampel penelitian yang di proposionalkan

NO	SEMESTER	JENJANG	JUMLAH MAHASISWA	JUMLAH SAMPEL
1	Semester 3	S2	300	$= \frac{300}{765} \times 263 = 104$
2	Semester 4	S2	249	$= \frac{249}{765} \times 263 = 86$
3	Semester 5	S3	144	$= \frac{144}{765} \times 263 = 49$
4	Semester 6	S3	72	$= \frac{72}{765} \times 263 = 24$
JUMLAH			765	263

Jadi dari anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 263 responden yang kemudian di propotionalkan pada mahasiswa S2 dan S3. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah berupa data kuesioner yang telah diisi oleh responden terpilih yaitu mahasiswa pascasarjana S2 semester III dan IV serta mahasiswa pascasarjana S3 semester V dan VI. Penelitian ditujukan kepada mahasiswa pascasarjana S2

¹⁷⁵ Ibid Hlm 79

dan S3 semester akhir karena dianggap bahwa mereka suda lama belajar di kampus dan pastinya suda dapat merasakan bagaimana pascasarjana memberikan informasi terkait semua hal dan bagaimana pascasarjana memberikan pelayanan pada mahasiswanya.

H. Pengumpulam Data

1. Sumber Data

Sumber data yang di maksud dalam penelitian ini adalah subyek dari mana data di peroleh¹⁷⁶. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data yaitu:

- a. Sumber Data Primer adalah data yang diperoleh secara lansung dari informan yang erat kaitannya dengan masalah yang akan diteliti yaitu persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik Pascasarjana UIN Maliki Malang sebagai sumber utama adalah:
 - 1) Pegawai
 - 2) Dosen dan Mahasiswa
- b. Sumber Data Sekunder, merupakan sumber data yang tidak langsung dari informan atau data tambahan yang digunakan bila diperlukan, yang diperoleh melalui penelusuran berupa data dokumen dan laporan serta unsur penunjang lainnya (dokumentasi) dan data tentang profil Pascasarjana UIN Maliki Malang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan

¹⁷⁶ Neong Muhajir, Metodologi Penelitian kualitatif (Cet. VIII; Yokyakarta: Rake Selatan, 1998), h. 308.

daftar pertanyaan yang disampaikan oleh peneliti kepada sejumlah responden untuk mendapatkan jawaban. Data yang diperoleh dari cara ini diantaranya adalah mendapat jawaban secara langsung dari orang tua siswa. Jadi angket adalah teknik untuk mengumpulkan data dengan memberikan daftar pertanyaan secara tertulis dengan jawaban yang sudah tersedia yang harus dipilih oleh responden.

Angket disebut juga kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dan responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui. Kuesioner merupakan suatu bentuk instrument pengumpulan data yang sangat *fleksibel* dan *relative* mudah digunakan.

Beberapa alasan yang mendasar dipilihnya angket metode pengumpulan data diantaranya

1. Angket dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden dengan pertanyaan yang benar-benar sama.
2. Angket dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden.
3. Angket merupakan metode pengumpulan data yang lebih dapat menjangkau kapasitas responden lebih banyak dengan menghemat waktu penelitian.

Kuisisioner yang dipakai dalam penelitian ini adalah secara langsung dan tertutup. Kuisisioner langsung yakni pertanyaan yang diberikan kepada responden dengan jawaban mengenai dirinya sendiri. Sedangkan kuisisioner

tertutup yakni kuisioner yang telah disediakan jawabannya oleh peneliti sehingga responden tinggal memilih¹⁷⁷.

Angket dalam penelitian ini dikonstruksikan menjadi 3 bagian yaitu

- 1) Angket untuk kualitas informasi
- 2) Angket untuk kualitas layanan
- 3) Angket untuk kepuasan pelanggan

I. Teknik Menghitung Panjang Kelas Interval

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert yang digunakan untuk mengukur persepsi, pendapat, sikap, serta penilaian seseorang terhadap fenomena sosial. Berdasarkan data yang ada, panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai tertinggi dengan skor terendah hasil perhitungan ditambah 1 hasilnya dibagi dengan banyaknya kelas interval yaitu lima. Rumus yang dipakai untuk menghitung kelas interval adalah sebagai berikut.

$$P = \frac{(\text{Rentang Kelas} + 1)}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$P = \frac{(\text{Data Tertinggi} - \text{Data Terendah}) + 1}{\text{Banyak Kelas}}$$

Dari hasil perhitungan panjang kelas interval tersebut dilakukan pembagian kriteria sangat rendah, rendah, sedang, baik, sangat baik.

J. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini instrument yang digunakan berupa angket. Angket ini berisi butiran-butiran pertanyaan atau pernyataan yang relevan dengan masing-masing variabel penelitian. Pernyataan atau pertanyaan dalam angket

¹⁷⁷ Riduan, 2008. *Skala Pengukuran Variable-Variable Penelitian*. Bandung:Alfabeta. Hlm 9

diukur menggunakan *skala likert*. *Skala likert* yaitu skala pengukuran yang dikembangkan oleh Likert. *Skala likert* mempunyai empat atau lebih butir-butir pertanyaan yang dikombinasikan sehingga membentuk sebuah skor/nilai yang merepresentasikan sifat individu, misalkan pengetahuan, sikap, dan perilaku. Dalam proses analisis data, komposit skor, biasanya jumlah atau rata-rata, dari semua butir pertanyaan dapat digunakan. Penggunaan jumlah dari semua butir pertanyaan valid karena setiap butir pertanyaan adalah indikator dari variabel yang direpresentasikannya¹⁷⁸.

Tabel 3.6: Alternatif Jawaban Responden

Alternatif Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen angket untuk memperoleh data tentang kualitas informasi, kualitas layanan dan kepuasan mahasiswa

K. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data dengan menggunakan software Smart PLS yang dijalankan dengan media komputer. PLS pertama

¹⁷⁸ Weksi Budiaji1. 2013. *Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and the Number of Responses In Likert Scale)*. Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan Vol. 2 No. 2 Hal: 127-133 ISSN 2302-6308.

kali dikembangkan oleh Herman O. A. Wold dalam bidang ekonometrik pada tahun 1960-an. Kelebihan dari Partial Least Square yang penting adalah dapat menangani banyak variabel independen, bahkan meskipun terjadi multikolinieritas diantara variabel-variabel independen. Partial least square adalah suatu teknik statistik multivariat yang bisa untuk menangani banyak variabel respon serta variabel eksplanatori sekaligus. Analisis ini merupakan alternatif yang baik untuk metode analisis regresi berganda dan regresi komponen utama, karena metode ini bersifat lebih robust atau kebal. Robust artinya parameter model tidak banyak berubah ketika sampel baru diambil dari total populasi¹⁷⁹. Partial Least Square suatu teknik prediktif yang bisa menangani banyak variabel independen, bahkan sekalipun terjadi multikolinieritas diantara variabel-variabel tersebut¹⁸⁰. Menurut Wold, PLS adalah metode analisis yang *powerfull* sebab tidak didasarkan pada banyak asumsi atau syarat, seperti uji normalitas dan multikolinearitas. Metode tersebut mempunyai keunggulan tersendiri antara lain data tidaklah harus berdistribusi normal multivariate. Bahkan indikator dengan skala data_kategori, ordinal, interval sampai rasio dapat digunakan. Keunggulan lainnya adalah ukuran sampel yang tidak harus besar.

Terdapat beberapa alasan yang menjadi penyebab digunakan PLS dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini alasan-alasan tersebut yaitu: pertama, PLS (*Partial Least Square*) merupakan metode analisis data yang didasarkan asumsi sampel tidak harus besar, yaitu jumlah sampel kurang dari

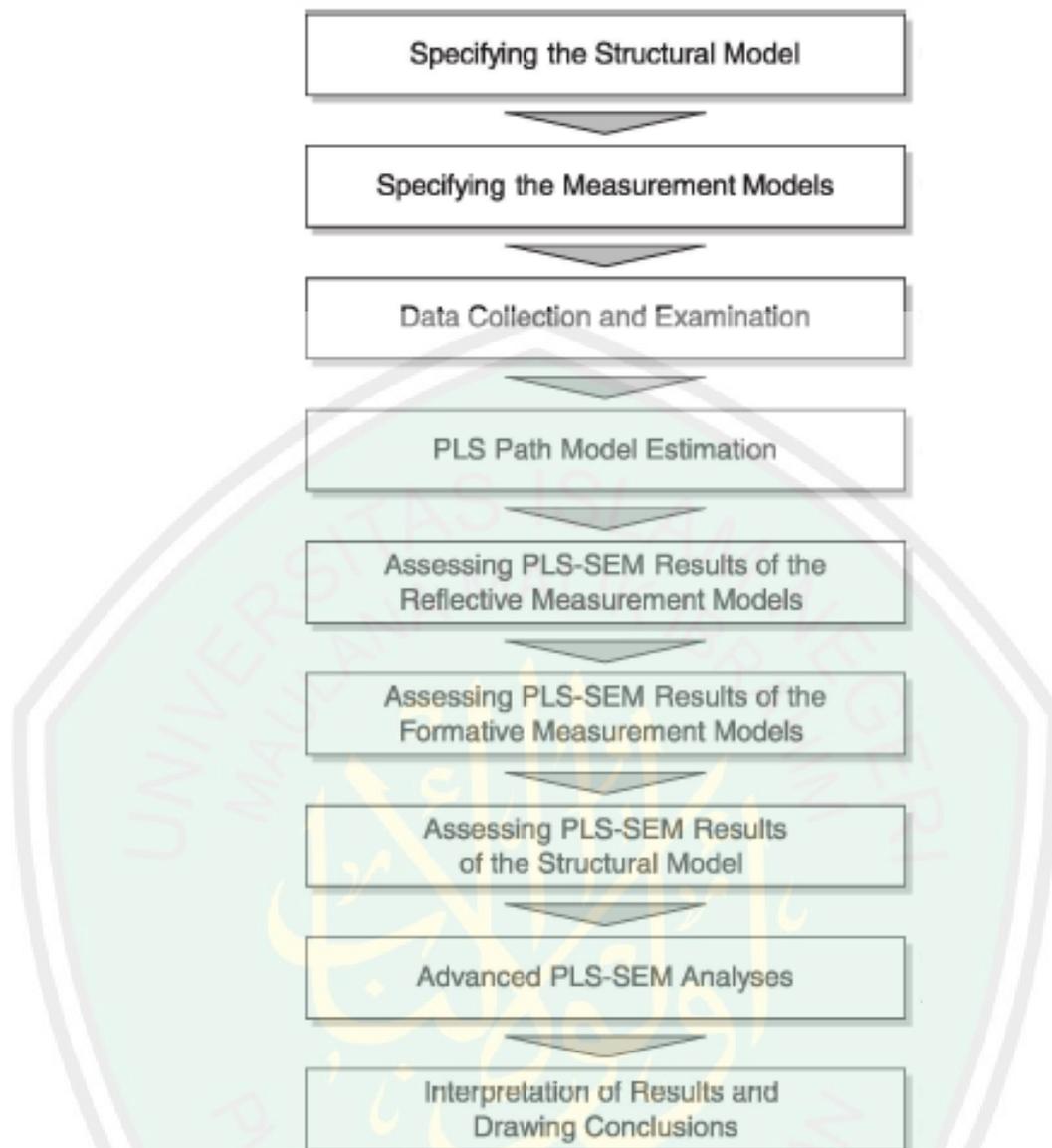
¹⁷⁹ Geladi, Paul & Bruce R. Kowalski.1986. *Partial Least Square Regression: A Tutorial. Analytica Chimica Acta.* 185:1-17.

¹⁸⁰ Ramzan, S., & Khan, M. I. (2010). *Dimension Reduction and Remedy of Multicollinearity Using Latent Variable Regression Methods.* World Applied Science Journal. 8 (4): 404-410.

100 bisa dilakukan analisis, dan residual distribution. Kedua, PLS (*Partial Least Square*) dapat digunakan untuk menganalisis teori yang masih dikatakan lemah, karena PLS (*Partial Least Square*) dapat digunakan untuk prediksi. Ketiga, PLS (*Partial Least Square*) memungkinkan algoritma dengan menggunakan analisis series ordinary least square (OLS) sehingga diperoleh efisiensi perhitungan algoritma. Keempat, pada pendekatan PLS, diasumsikan bahwa semua ukuran variance dapat digunakan untuk menjelaskan.

Langkah-langkah dalam PLS (*Partial Least Square*) yaitu¹⁸¹

¹⁸¹Ghozali, Imam, 2011, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang



Gambar 3.5 Langkah-langkah Partial Least Square

1. Langkah Pertama: Merancang Model Struktural (Inner Model)

Model structural yaitu model struktural yang menghubungkan antar variable laten. Inner Model atau Model Struktural menggambarkan hubungan antar variabel laten berdasarkan pada substantive theory. Perancangan Model Struktural hubungan antar variabel laten didasarkan pada rumusan masalah atau hipotesis penelitian. Uji pada model struktural dilakukan untuk menguji

hubungan antara konstruk laten. Ada beberapa uji untuk model struktural yaitu:

- a) *R Square* pada konstruk endogen. Nilai *R Square* adalah koefisien determinasi pada konstruk endogen. Menurut Chin (1998), nilai *R square* sebesar 0.67 (kuat), 0.33 (moderat) dan 0.19 (lemah)
- b) Estimate for Path Coefficients, merupakan nilai koefisien jalur atau besarnya hubungan /pengaruh konstruk laten. Dilakukan dengan prosedur Bootstrapping.
- c) *Effect Size* (f square). Dilakukan untuk mengetahui kebaikan model.
- d) *Prediction relevance* (Q square) atau dikenal dengan Stone-Geisser's. Uji ini dilakukan untuk mengetahui kapabilitas prediksi dengan prosedur blinfolding. Apabila nilai yang didapatkan 0.02 (kecil), 0.15 (sedang) dan 0.35 (besar). Hanya dapat dilakukan untuk konstruk endogen dengan indikator reflektif.

Dalam outer model terdapat dua tipe indikator yaitu indikator reflektif dan indikator formatif.

1) Indikator reflektif.

Indikator ini mempunyai ciri-ciri : arah hubungan kausalitas dari variabel laten ke indikator, antar indikator diharapkan saling berkorelasi (instrumen harus memiliki *consistency reliability*), menghilangkan satu indikator, tidak akan merubah makna dan arti variabel yang diukur, dan kesalahan pengukuran (*error*) pada tingkat indikator. Sebagai contoh model indikator reflektif adalah variabel yang berkaitan dengan sikap (*attitude*) dan niat membeli (*purchase intention*).

2) Indikator formatif

Ciri-ciri model indikator reflektif yaitu: arah hubungan kausalitas dari indikator ke variabel laten, antar indikator diasumsikan tidak berkorelasi (tidak diperlukan uji reliabilitas konsistensi internal), menghilangkan satu indikator berakibat merubah makna dari variabel laten, dan kesalahan pengukuran berada pada tingkat variabel laten. Variabel laten dengan indikator formatif dapat berupa variabel komposit. Dalam penelitian ini variable kualitas informasi dibentuk oleh 3 dimensi yaitu akurat, relevan dan tepat waktu. Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan dibentuk oleh 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsive, empathy dan assurance*.

2. Langkah ke dua : Merancang Model Struktural (Outer Model)

Model measurement yaitu model pengukuran yang menghubungkan indikator dengan variabel latennya Outer Model atau Model Pengukuran mendefinisikan bagaimana setiap blok indikator berhubungan dengan variabel latennya. Perancangan Model Pengukuran menentukan sifat indikator dari masing-masing variabel laten, apakah refleksif atau formatif, berdasarkan definisi operasional variabel. Model ini menspesifikasi hubungan antar variabel laten dengan indikator-indikatornya atau dapat dikatakan bahwa outer model mendefinisikan bagaimana setiap indikator berhubungan dengan variabel latennya. Uji yang dilakukan pada outer model:

- a) *Convergent Validity*. Nilai convergen validity adalah nilai loading faktor pada variabel laten dengan indikator-indikatornya. Nilai yang diharapkan > 0.7 .
- b) *Discriminant Validity*. Nilai ini merupakan nilai cross loading faktor yang berguna untuk mengetahui apakah konstruk memiliki diskriminan yang memadai yaitu dengan cara membandingkan nilai loading pada konstruk yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai loading dengan konstruk yang lain.
- c) *Composite Reliability*. Data yang memiliki composite reliability > 0.8 mempunyai reliabilitas yang tinggi.
- d) *Average Variance Extracted (AVE)*. Nilai AVE yang diharapkan > 0.5 .
- e) *Cronbach Alpha*. Uji reliabilitas diperkuat dengan Cronbach Alpha. Nilai diharapkan > 0.6 untuk semua konstruk.

Uji yang dilakukan diatas merupakan uji pada outer model untuk indikator reflektif. Untuk indikator formatif dilakukan pengujian yang berbeda. Uji untuk indikator formatif yaitu:

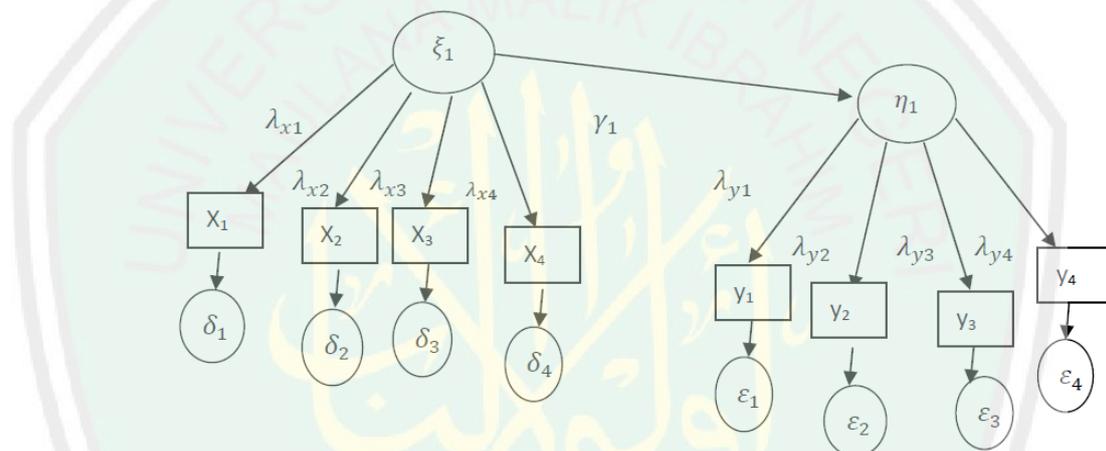
- 1) *Significance of weights*. Nilai weight indikator formatif dengan konstraknya harus signifikan.
- 2) *Multicollinearity*. Uji multicollinearity dilakukan untuk mengetahui hubungan antar indikator. Untuk mengetahui apakah indikator formatif mengalami multicollinearity dengan mengetahui nilai VIF. Nilai VIF

antara 5- 10 dapat dikatakan bahwa indikator tersebut terjadi multicollinearity¹⁸².

Masih ada dua uji untuk indikator formatif yaitu *nomological validity* dan *external validity*.

3. Langkah ke tiga : Kontruksi Diagram Jalur

Mengkonstruksi diagram jalur yang didapat dari perancangan inner model dan Outer model. Bentuk diagram jalur untuk PLS dipandang secara umum dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3.6 konstruk diagram jalur dengan 2 variabel

dengan:

ξ = Ksi, variabel laten eksogen

η = Eta, variabel laten endogen

λ_x = Lamda (kecil), loading faktor variabel laten eksogen

λ_y = Lamda (kecil), loading faktor variabel laten endogen

γ = Gamma (kecil), koefisien pengaruh variabel eksogen terhadap endogen

¹⁸² Michael, H., and Andreas, M.K (2004). A Beginner's Guide to Partial Least Square Analysis. Lawrence Erlbaum Association, Inc.

x = indikator variabel eksogen

y = indikator variabel endogen

δ = Delta (kecil), galat pengukuran pada variabel laten eksogen

ε = Epsilon (kecil), galat pengukuran pada variabel laten endogen

4. Langkah ke empat : Konversi diagram jalur ke persamaan

Konversi dari gambar 3.4 adalah :

1. Outer model

Untuk variabel laten eksogen 1 (reflektif)

$$x_1 = \lambda_{x1} \xi_1 + \delta_1$$

$$x_2 = \lambda_{x2} \xi_1 + \delta_2$$

$$x_3 = \lambda_{x3} \xi_1 + \delta_3$$

$$x_4 = \lambda_{x4} \xi_1 + \delta_4$$

Untuk variabel laten endogen (reflektif)

$$y_1 = \lambda_{y1} \eta_1 + \varepsilon_1$$

$$y_2 = \lambda_{y2} \eta_1 + \varepsilon_2$$

$$y_3 = \lambda_{y3} \eta_1 + \varepsilon_3$$

$$y_4 = \lambda_{y4} \eta_1 + \varepsilon_4$$

2. Inner model

$$\eta_1 = \gamma_1 \xi_1$$

5. Langkah ke lima : Estimasi: Koefisien jalur, Loading dan weight

Metode pendugaan parameter (estimasi) di dalam PLS adalah metode kuadrat terkecil (*least square methods*). Proses perhitungan dilakukan dengan cara iterasi, dimana iterasi akan berhenti jika telah tercapai kondisi konvergen. Pendugaan parameter di dalam PLS meliputi 3 hal, yaitu :

- a. *Weight estimate* digunakan untuk menciptakan skor variabel laten
- b. Estimasi jalur (*path estimate*) yang menghubungkan antar variabel laten dan estimasi loading antara variabel laten dengan indikatornya.

- c. Means dan lokasi parameter (nilai konstanta regresi, intersep) untuk indikator dan variabel laten.

Secara jelas algoritma untuk menentukan pembobot-pembobot, koefisien-koefisien lintas, dan nilai peubah laten dalam PLS:

Tahap 1. Pendugaan iterative dari pembobot-pembobot awal dan nilai-nilai peubah laten awal dimulap ada langkah #3, kemudian dilanjutkan dari langkah 1 sampai dengan langkah 3 diulangi hingga konvergen, dengan batas kekonvergenan $*5 ((W_{ki}-W_{ki}) / W_{ki}) \leq 10^{-5}$

1. Pendugaan Model Struktural

$$\eta_i = \sum_j V_{ji} \xi_j \text{ dengan } V_{ji} = \text{signcov}(\eta_j, \xi_i) \text{ untuk } i=1,2,\dots,m$$

$$\eta_i = V \eta_j + \sum_j V_{ji} \xi_j \text{ dengan } v = \text{signcov}(\eta_j, \eta_i)$$

$$v_{li} = \text{signcov}(\eta_l, \xi_i) \text{ untuk } i=1,2,\dots,m$$

$$\text{signcov}(\eta, \xi) = \begin{cases} 1 & \text{untuk } \eta \text{ dan } \xi \text{ berhubungan} \\ 0 & \text{untuk } \eta \text{ dan } \xi \text{ tidak berhubungan} \end{cases}$$

2. Pembobot model pengukuran

$$y_{kj} = W_{kj} \eta_j + e_{kj} \text{ untuk } k=1,2,\dots,r_j \text{ dan } j=1,2,\dots,n,$$

r_j = banyaknya peubah manifest pada blok j

3. Pendugaan Model Pengukuran

$$\xi_i = \sum_k W_{ki} X_{ki} \text{ untuk } K=1,\dots,S_i \text{ dan } i=1,2,\dots,m$$

s_i = banyaknya peubah manifest pada blok ke-i

$$\eta_j = \sum_k W_{kj} X_{kj} \text{ untuk } k=1,\dots,r_j \text{ dan } j=1,2,\dots,$$

r_j = banyaknya peubah manifest pada blok ke-j

6. Langkah ke enam: *Goodness of fit*

Model pengukuran atau outer model dengan indikator refleksif dievaluasi dengan composite reliability. Model struktural atau inner model dievaluasi dengan melihat presentase varian yang dijelaskan yaitu dengan melihat R^2 untuk variabel laten dependen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q Square test dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t-statistik yang didapat lewat prosedur bootstrapping.

1. Model Pengukuran Outer Model

Bilamana indikator refleksif, maka diperlukan evaluasi berupa kalibrasi instrument, yaitu dengan pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrument. Oleh karena itu, penerapan partial least square pada data indeks kepuasan pelanggan pada prinsipnya adalah suatu kegiatan yaitu pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas. Dengan kata lain, partial least square dapat digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian Goodness of fit *Outer model* refleksif meliputi *convergent validity* *discriminant validity*, dan *composite reliability*. Sedangkan untuk *Outer model* formatif dievaluasi dengan signifikansi dari pembobotan (*weight*)

a. Goodness of fit Outer model refleksif adalah sebagai berikut

1. Convergent validity

Uji Validitas yang dimaksud adalah pengujian terhadap indicator dalam variabel laten untuk memastikan bahwa indikator yang digunakan dalam penelitian ini benar-benar mampu dipahami dengan baik oleh responden

sehingga responden tidak mengalami kesalahpahaman terhadap indikator yang digunakan.

2. Discriminant validity

Pengukuran indikator refleksif berdasarkan cross loading dengan variabel latennya. Bilamana nilai cross loading setiap indikator pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan cross loading pada variabel laten lainnya maka dikatakan valid. Metode lain dengan membandingkan nilai square root of average variance extracted (AVE) setiap konstruk dengan korelasi antar konstruk lainnya dalam model. Jika AVE konstruk lebih besar dari korelasi dengan seluruh konstruk lainnya maka dikatakan memiliki discriminant validity yang baik.

$$AVE = \frac{\sum \lambda_i^2}{\sum \lambda_i^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

3. Composite reliability

Composite reliability adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya untuk diandalkan. Bila suatu alat dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat tersebut reliabel. Dengan kata lain, reliabilitas menunjukkan suatu konsistensi alat pengukur dalam gejala yang sama. Nilai reliabilitas komposit (pc) dari peubah laten adalah nilai yang

mengukur kestabilan dan kekonsistenan dari pengukuran reliabilitas gabungan.

$$pc = \frac{(\sum \lambda_i)^2}{(\sum \lambda_i)^2 + \sum_i var(\varepsilon_i)}$$

Dari perhitungan pc nilai yang baik adalah ≥ 0.7 walaupun bukan merupakan standar absolut. Dalam composite reliability, outer model dan inner model dievaluasi

- Outer model:

Outer model formatif dievaluasi berdasarkan pada substantive content-nya yaitu dengan melihat signifikansi dari pembobotan (weight).

- Inner model:

Model struktural (Inner model) dievaluasi dengan melihat persentase varians yang dijelaskan yaitu dengan melihat R² untuk konstruk laten dependen dengan menggunakan ukuran Stone Geisser Q Square test dan juga melihat besarnya koefisien jalur strukturalnya. Goodness of fit model diukur menggunakan Rsquare variabel laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi; Q-square predictive relevance untuk model struktural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi parameternya. Nilai Q-square > 0 menunjukkan model memiliki predictive relevance; sebaliknya jika nilai Q-square ≤ 0 menunjukkan model kurang memiliki predictive relevance. Perhitungan Q-square dilakukan dengan rumus: $Q^2 = 1 - (1 - R1^2)(1 - R2^2) \dots (1 - Rp^2)$

dengan

1. $R_1^2, R_2^2 \dots R_p^2$ adalah R-square variabel endogen dalam model
2. Interpretasi Q^2 sama dengan koefisien determinasi total pada analisis jalur (mirip dengan R^2 pada regresi)
3. Besaran Q^2 memiliki nilai dengan rentang $0 < Q^2 < 1$, dimana semakin mendekati 1 berarti model semakin baik. Besaran Q^2 ini setara dengan koefisien determinasi total.

7. Langkah Ketujuh : Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis (β dan γ) dilakukan dengan metode resampling bootstrap yang dikembangkan oleh Geisser dan Stone. Statistik uji yang digunakan adalah statistik t atau uji t, dengan hipotesis statistik sebagai berikut:

1. Hipotesis statistik untuk outer model:
 - i. $H_0 : \lambda_i = 0$ lawan
 - ii. $H_1 : \lambda_i \neq 0$
2. Hipotesis statistik untuk inner model: variabel laten eksogen terhadap endogen:
 - i. $H_0 : \gamma_i = 0$ lawan
 - ii. $H_1 : \gamma_i \neq 0$
3. Penerapan metode resampling, memungkinkan berlakunya data terdistribusi bebas (distribution free), tidak memerlukan asumsi distribusi normal, serta tidak memerlukan sampel yang besar (sampel minimum 30). Pengujian dilakukan dengan t-test, bilamana diperoleh p-value $\leq 0,1$ (alpha

10%), maka disimpulkan signifikan, dan sebaliknya. Bilamana hasil pengujian hipotesis pada outer model signifikan, hal ini menunjukkan bahwa indikator dipandang dapat digunakan sebagai instrumen pengukur variabel laten. Sedangkan bilamana hasil pengujian pada inner model adalah signifikan maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang bermakna variabel laten terhadap variabel laten lainnya¹⁸³.

L. Metode Pengujian PLS (*Partial Least Squares*)

Pada model pengukuran PLS ini ada pengukuran *outer model* yang terdiri dari model pengukuran reflektif dan formatif dan pengukuran *inner model* yang terdiri dari model struktural.

1. Model Pengukuran Outer Model

Menurut Cooper, et al dalam Abdillah, suatu kosep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan relasional jika belum melewati tahap pemisahan dalam model pengukuran. Model pengukuran sendiri digunakan untuk menguji validitas konstruk dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi alat ukur dalam mengukur suatu konsep atau dapat juga digunakan untuk mengukur konsistensi responden dalam menjawab item pertanyaan dalam quisioner atau instrumen penelitian. Berikut adalah uji validitas dan reliabilitas dalam model pengukuran PLS.

¹⁸³ Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D. 2015, *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

a. Model Pengukuran Reflektif

Dalam model reflektif, Dimensi Pengukuran dilihat sebagai efek dari variabel laten yang dapat diamati secara empirik. Model pengukuran reflektif mengukur *Internal consistency (composite reliability)*, *Indicator Reliability*, *Convergent validity (average variance extracted)*, *Discriminant validity*

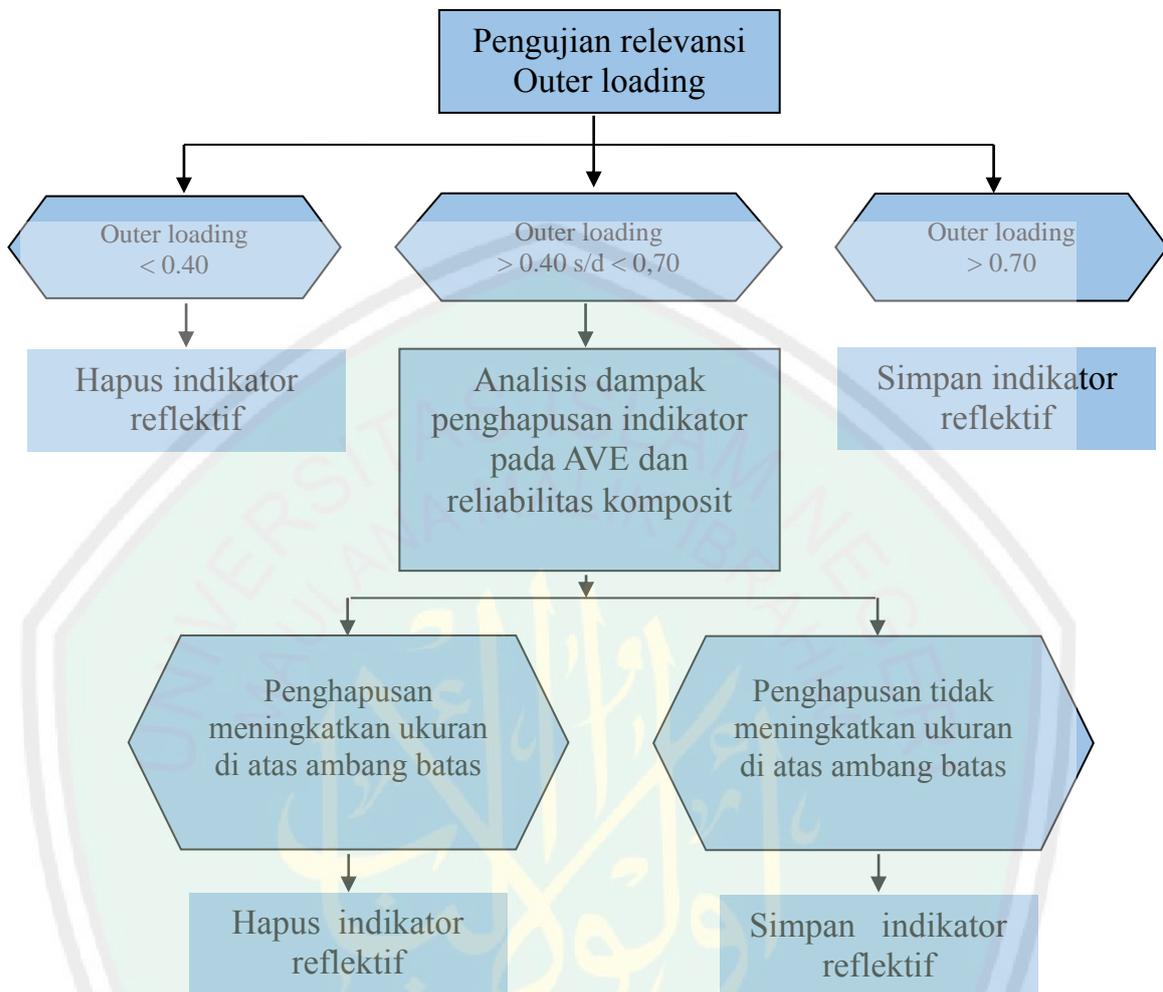
1) *Internal consistency (composite reliability)*

Nilai *ini* menunjukkan konsistensi dari masing-masing Dimensi Pengukuran dalam mengukur konstruksya. *Internal consistency reliability*, pada penelitian yang lebih maju yaitu antara 0,70 dan 0,90 dianggap reliabel.

2) *Indicator Reliability*

Nilai ini menunjukkan korelasi antara Dimensi Pengukuran dengan konstruksya. Dimensi Pengukuran dengan nilai loading yang rendah menunjukkan bahwa Dimensi Pengukuran tersebut tidak bekerja pada model pengukurannya.

Gambar 3.7 Pengujian relevansi Outer loading



Sumber : Joseph F. Hair, at. Al. (Prime Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM))

3) *Convergent validity (Average Variance Extracted (AVE))*

Konvergen validity adalah ukuran yang menunjukkan apakah setiap Dimensi Pengukuran yang diestimasi secara valid mengukur dimensi dari konsep yang diuji. AVE digunakan untuk mengukur banyaknya varians yang dapat ditangkap oleh konstruksya dibandingkan dengan variansi yang ditimbulkan oleh kesalahan pengukuran. Untuk menetapkan *Convergent validity*, harus mempertimbangkan outer

loading, serta AVE (*average variance extracted*). Nilai AVE harus lebih tinggi dari 0,50.

4) *Discriminant Validity*

Discriminant Validity adalah ukuran untuk menentukan apakah konstruk atau faktor yang diuji memang berbeda dan masing-masing merupakan sebuah konstruk yang berbeda. Salah satu metode untuk menilai *Discriminant Validity* adalah dengan memeriksa *cross loading of the indicators* (pembebanan lintas Dimensi Pengukuran). Secara khusus, *indicator's outer loading* pada konstruk terkait harus lebih besar daripada semua pembebanannya pada konstruksi lainnya (yaitu, *i.e., the cross loadings*). *Indicator's outer loadings* pada konstruksi harus lebih tinggi daripada semua beban silangnya dengan konstruksi lainnya. Akar kuadrat dari AVE masing-masing konstruk harus lebih tinggi dari korelasi tertinggi dengan konstruk lainnya (kriteria Fornell Larcker).

b. Model pengukuran Formatif

Dimensi Pengukuran formatif menyebabkan konstruk. Dapat pula diberi makna lain, apabila Dimensi Pengukuran tersebut cenderung bersifat penyusun, maka akan bersifat formatif. Model pengukuran formatif mengukur *Collinearity among indicators* dan *Significance and relevance of outer weight*.

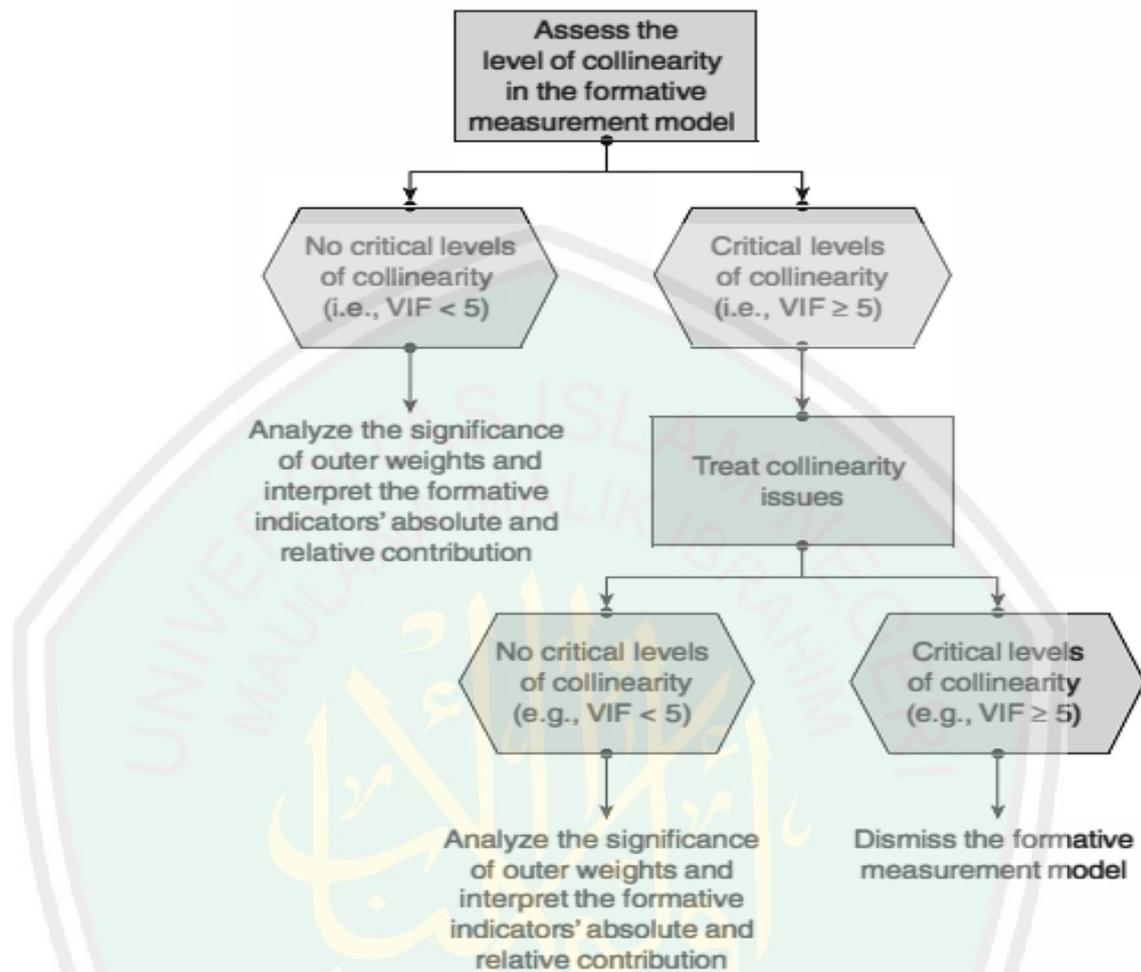
1) *Collinearity among indicators*

Dimensi Pengukuran bisa berlebihan jika menunjukkan korelasi yang tinggi dengan indicators lain dari konstruk yang sama. Korelasi yang tinggi antar item/ indicator tidak diharapkan dalam model pengukuran formatif. Karena berdampak pada : 1). perkiraan bobot

dan signifikansi statistiknya, 2). Mempengaruhi hasil analisis. Pertama, *collinearity* meningkatkan kesalahan standar dan dengan demikian mengurangi kemampuan untuk menunjukkan bahwa bobot yang diperkirakan berbeda secara signifikan, Kedua, *collinearity* yang tinggi dapat menyebabkan bobot tidak tepat diperkirakan. Kolinearitas dimensi pengukuran: Nilai toleransi masing-masing dimensi pengukuran (VIF) harus lebih tinggi dari 0,20 (di bawah 5 Jika tidak, dipertimbangkan untuk menghilangkan dimensi pengukuran, menggabungkan dimensi pengukuran menjadi satu indeks tunggal, atau membuat konstruksi orde tinggi untuk mengatasi masalah *collinearity*. Menilai tingkat *collinearity* dalam model pengukuran formatif ditunjukkan dalam gambar berikut:



Gambar 3.8 Menilai Tingkat Collinearity dalam Model Pengukuran Formatif

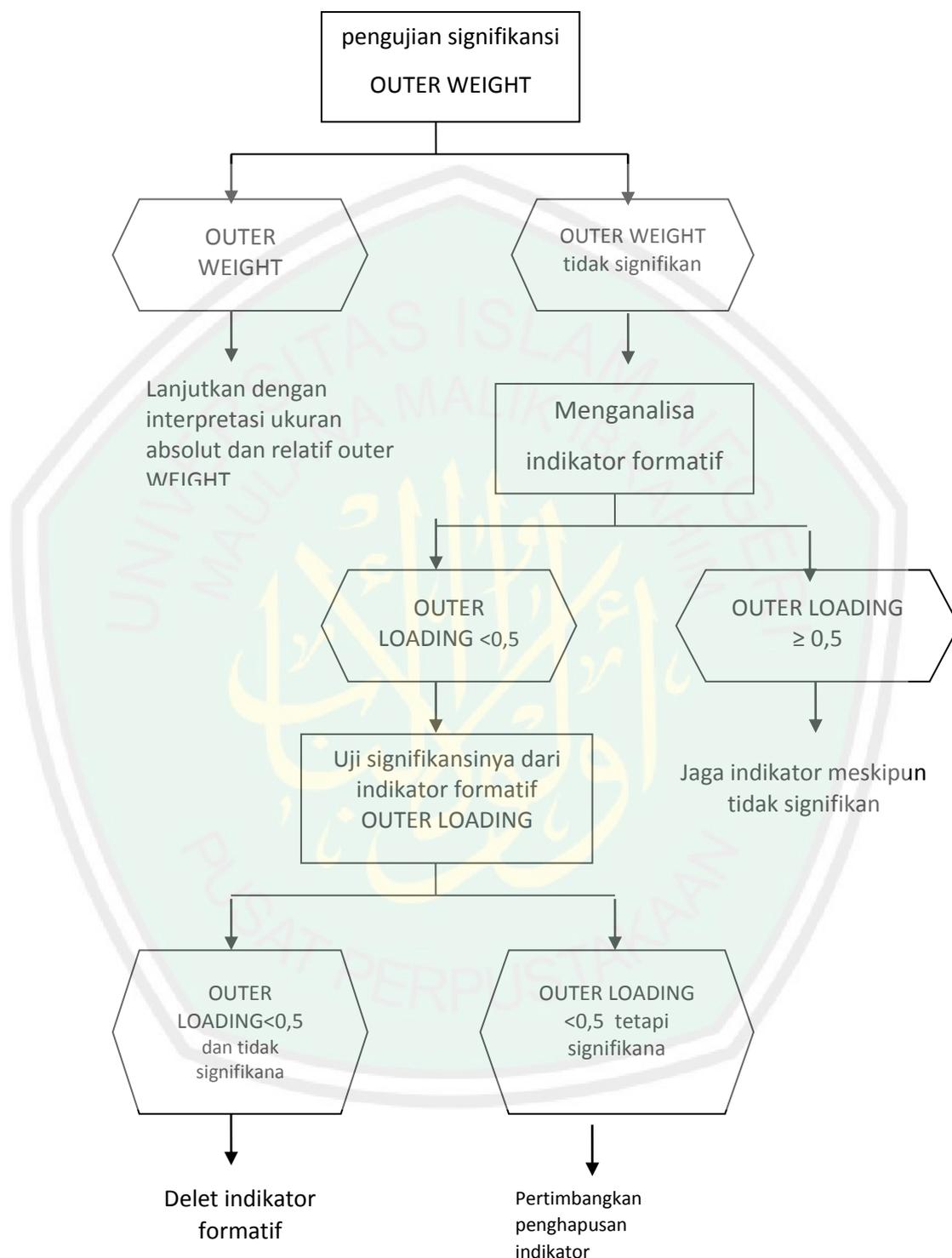


Sumber: Joseph F. Hair, at. Al. (Prime Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM))

2) *Significance And Relevance Of Outer Weight*

Sebuah Dimensi Pengukuran mungkin tidak secara signifikan berkontribusi pada konstruk secara relatif dan mutlak. Hal ini dapat dinilai dengan memeriksa signifikansi (statistik) dan relevansi indikator formatif dengan menguji apakah Outer Weight berbeda secara signifikan dari nol dengan prosedur bootstrap. kemudian proses pengambilan keputusan untuk mempertahankan atau menghapus indikator formatif ditunjukkan dalam gambar bagan berikut

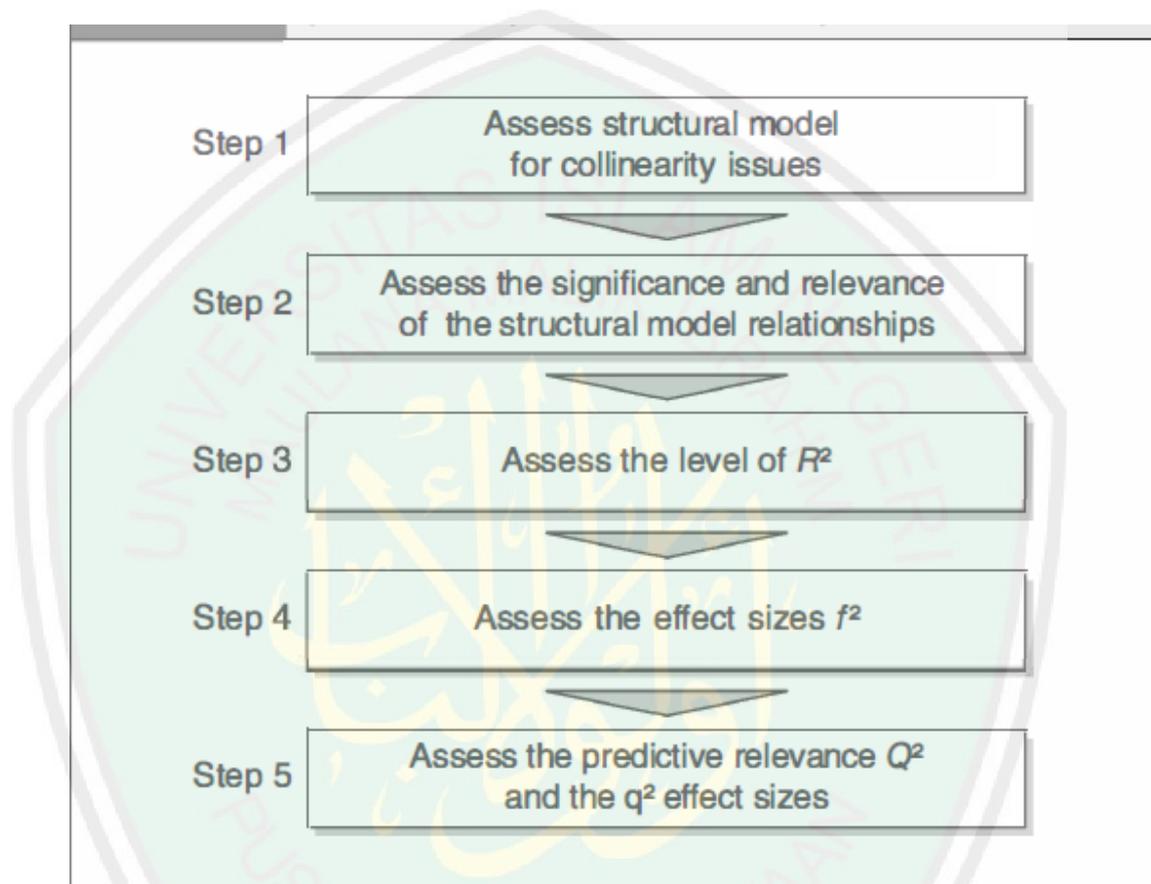
Gambar 3.9. Pengujian signifikansi Outer Weight



Sumber: Joseph F. Hair, at. Al. (Prime Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)

2. Model pengukuran Struktural Inner Model

Berikut adalah prosedur pengukuran struktural sebagaimana yang digambarkan dalam gambar berikut:



Gambar 3.9 Prosedur Model Pengukuran Struktural

1) *Assess structural model for collinearity issues*

Pada setiap preditor atau variabel eksogen harus saling bebas. Variabel eksogen sendiri adalah variabel yang nilainya tidak dipengaruhi atau ditentukan oleh variabel lain. Untuk menilai collinearity, dengan VIF. VIF dari inner model harus lebih tinggi dari 0,20 dan di bawah 5, jika di atas 5 maka terjadi collinearity, sehingga harus dipertimbangkan untuk

menghilangkan konstruk, menggabungkan prediktor ke dalam satu konstruk, atau menciptakan konstruk dengan orde tinggi

2) *Coefisien Path Model Struktural*

Koefisien Path memiliki nilai standar antara -1 dan +1. Koefisien jalur yang diperkirakan mendekati +1 mewakili hubungan positif yang kuat (dan sebaliknya untuk nilai negatif). Semakin dekat koefisien yang diperkirakan adalah 0, semakin lemah hubungan.

3) *Coefisien Determinansi (R^2)*

Coefisien Determinansi (R^2) adalah seberapa besar variabel prediktornya berpengaruh terhadap variabel konsekuen. Dalam *Coefisien Determinansi (R^2)* tidak ada patokan yang pasti. Beberapa reserchers ada yang mengatakan nilai di atas 0,2 atau 20% dianggap sudah tinggi.

4) *Effect Size (f^2)*

Effect Size digunakan untuk mengevaluasi f^2 dari semua variabel endogen perubahan didalam nilai f^2 dari masing-masing konstruk eksogen. Nilai 0,02 dianggap kecil; 0,15 menengah; dan 0,35 dianggap besar.

5) *Predictive Relevance (Q^2)*

Untuk mengukur akurasi prediksi. Standarnya nilai 0,02 dianggap kecil; 0,15 menengah; dan 0,35 dianggap besar¹⁸⁴.

¹⁸⁴ Joseph F. Hair, et. Al. (*Prime Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*)

BAB IV

PAPARAN DATA HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek dan Variabel Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dikembangkan berdasarkan cita-cita mulia di kalangan akademisi dan cendekiawan muslim untuk membangun dan mewujudkan generasi muslim yang benar-benar mampu membawakan citra Islam yang sejati, yang mencerminkan universalitas dan signifikansi Islam di tengah-tengah kehidupan umat manusia yang mendambakan kesejahteraan lahir-batin, kebahagiaan dunia-akhirat. Generasi yang ingin diwujudkan memiliki pula kecakapan membangun peradaban dengan berpegang teguh kepada prinsip-prinsip hidup yang wajar dan unggul, seperti keadilan, kebenaran, kebaikan, kedamaian, keteraturan, kenyamanan, persamaan, pluralitas, dan toleransi. Dalam konteks pendidikan, pencerminan Islam tersebut teraktualisasikan pada profil kepribadian muslim ideal yang seimbang antara aspek intelektualitas dan aspek moral-spiritual, sosial dan individual, dan mengabdikan kepada agama, masyarakat, dan bangsa secara kreatif dan penuh tanggung jawab.

Paling tidak ada tiga alasan strategis yang mendasarinya, yaitu alasan ideologis, alasan filosofis, dan alasan sosio-psikologis. Secara ideologis, Islam merupakan agama serba mencakup (*all sufficient*), yang utuh, holistik, dan universal. Oleh karena itu, tidak selakinya ada pemisahan antara ilmu

agama dan ilmu pengetahuan umum, seperti halnya yang berjalan di dunia pendidikan dan persekolahan sekarang ini, termasuk di dalam penyelenggaraan pendidikan di PTAIN. PTAIN saat ini hanya mengembangkan jurusan/fakultas yang bersifat keagamaan dan karenanya hanya menghimpun disiplin ilmu yang berkenaan dengan “keislaman”, seperti ushuluddin, syari’ah, tarbiyah, dakwah, dan adab. Atas dasar pandangan dunia Islam yang integrated dan holistik di atas, maka pembukaan fakultas/jurusan/program studi non-keagamaan sudah dipandang sebagai kebutuhan yang mendesak.

Alasan filosofisnya adalah pengembangan kepribadian manusia harus dilakukan secara komprehensif dan integral, meliputi aspek intelektual, spiritual, akhlak, dan profesionalisme. Alasan sosio-psikologisnya adalah adanya kesan dan ini akibat perlakuan atas pandangan dunia Islam secara sempit bahwa lulusan PTAIN selama ini hanya dibekali kemampuan berpartisipasi di bidang pendidikan agama dan pengembangan bidang agama. Mereka memang tidak dibekali kemampuan dan keterampilan menjalankan fungsi-fungsi sosial yang lebih luas. Kehidupan masyarakat dalam kenyataannya tidaklah sederhana, dan ada kecenderungan semakin menunjukkan kompleksitasnya. Oleh karena itu, secara tidak terelakkan, diperlukan upaya terencana untuk mengembangkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tertentu untuk membimbing masyarakat serta membantunya dalam memecahkan berbagai persoalan hidup, mulai dari yang paling praktis hingga yang bersifat sangat intelektual-akademis.

Perguruan tinggi adalah lembaga yang secara khusus dirancang untuk membina-kembangkan generasi muda yang diharapkan dapat memperkuat masyarakat. Perguruan tinggi menjalankan fungsi regenerasi dengan kekuatan ilmu pengetahuan yang dikembangkan terus menerus, untuk menyesuaikan dengan perkembangan kebutuhan dan tuntutan masyarakat.

Mengingat pentingnya aspek kecerdasan intelektual diintegrasikan dengan kecerdasan emosional dan kecerdasan spiritual, maka UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri membangun kerangka pengembangan keilmuan, akademik, dan kelembagaan yang selaras. Pengembangan ilmu pengetahuan yang dijejak oleh UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam hal ini Program Pascasarjana adalah berupa ilmu pengetahuan berbasis Islam (*Islam based knowledge*) dalam pengertian yang luas, yakni ilmu pengetahuan yang tumbuh dan berkembang berdasarkan ayat-ayat kawniyah (alam semesta, yang secara epistemologi dijangkau dengan instrumen observasi, eksperimen, dan penalaran logis) dan ayat-ayat qawliyah (al-Qur'an dan al-Hadis). Profil atau model pengembangan ilmu UIN Maulana Malik Ibrahim Malang digambarkan dalam bentuk "Pohonilmu" yang memiliki akar, dahan, cabang, dan ranting. Secara akademis, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam hal ini Program Pascasarjana menekankan sistem akademik yang relevan dan kuat untuk mendukung terwujudnya pengembangan ilmu pengetahuan sebagaimana dimaksudkan serta mewujudkan SDM yang memiliki kepribadian, kemampuan, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk pengembangan masyarakat menuju kemajuan dan kesejahteraan.

Dalam pengembangan kelembagaan, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sejak berstatus STAIN membuka Program Pascasarjana tingkat Magister (S2), yakni Magister dalam Ilmu Agama Islam pada tahun ajaran 1999/2000. Pembukaan program tersebut berdasarkan SK Menteri Agama RI No. 84 Th. 1999 tentang Penyelenggaraan Program Studi Pascasarjana (S-2). Pada Tahun 2005, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memperoleh izin pembukaan Program Studi Magister (S2) Manajemen Pendidikan Islam dan Pendidikan Bahasa Arab dengan SK Dirjen Kelembagaan Agama Islam Nomor: DJII/55/2005 Program Doktor (S3) dibuka mulai Tahun Akademik 2007-2008 setelah memperoleh izin dari Dirjen Pendidikan Islam Nomor: DJ/450/2006. Selanjutnya dikembangkan pula program studi-program studi lainnya untuk merespon dan memenuhi kebutuhan masyarakat, sehingga program studi yang diselenggarakan Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang hingga saat ini meliputi:

1. Program Studi Magister terdiri atas 6 (enam) Program Studi, yaitu:
 - (1) Manajemen Pendidikan Islam; (2) Pendidikan Bahasa Arab; (3) Studi Ilmu Agama Islam; (4) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah; (5) Pendidikan Agama Islam; dan (6) Ahwalusy Syakhshiyah.
2. Program Studi Doktor terdiri atas 3 (tiga) Program Studi, yaitu: (1) Manajemen Pendidikan Islam; (2) Pendidikan Bahasa Arab; dan (3) Pendidikan Agama Islam Berbasis Studi Interdisipliner

Dalam mengayunkan langkah strategis ke depan, Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang bertekad untuk selalu komitmen pada keunggulan. Namun demikian, patut disadari bahwa dalam praktiknya

peluang dan tantangan di era milenium ketiga ini tampak semakin kompleks.

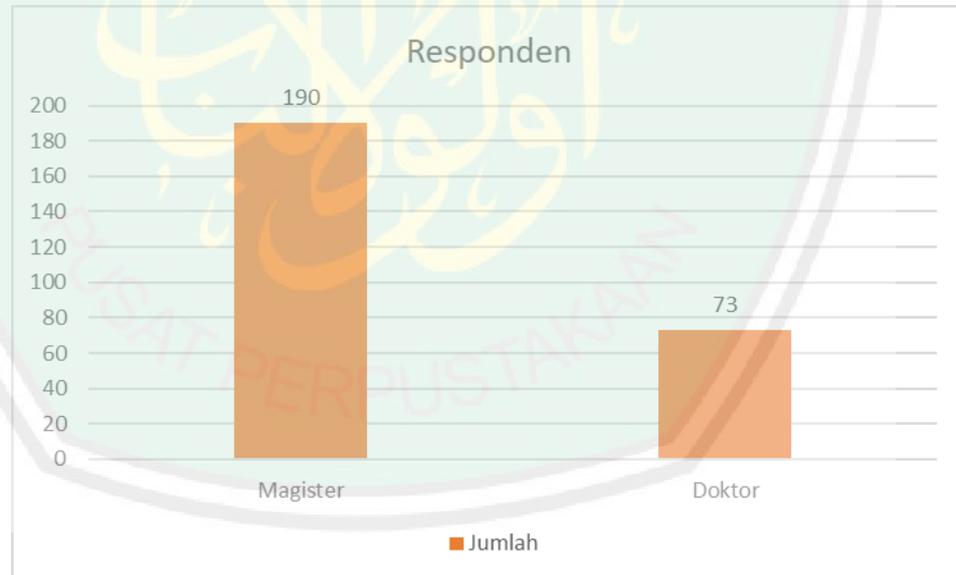
2. Deskripsi Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa S2 dan mahasiswa S3 pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang sedang menjalani kuliah disemester III dan IV untuk jenjang magister dan semester V dan VI untuk mahasiswa doktor.

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Jenjang	F	Prosentase (%)
Magister	190	72%
Doktor	73	28%
Jumlah	263	100%

Sumber: Data Identitas Responden



Gambar 4.1 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Kuliah

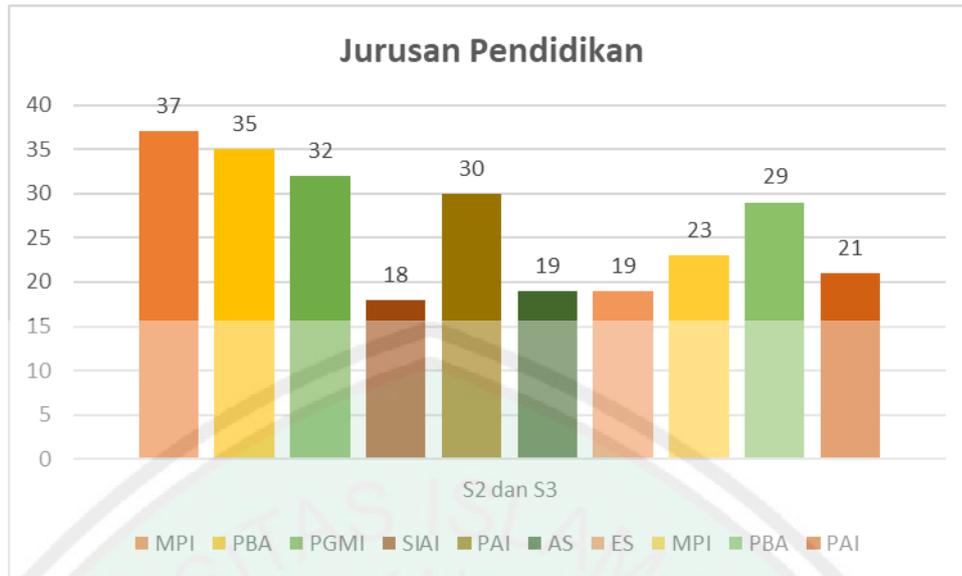
Data jumlah responden berdasarkan jenjang pendidikan menunjukkan bahwa sebagian besar responden berasal dari jenjang magister yaitu

sebanyak 190 responden atau sebesar 72% sedangkan responden yang berasal dari jenjang doktor sebanyak 73 responden atau 28%. Hal ini karena dari data mahasiswa pascasarjana UIN Maliki Malang menunjukkan bahwasanya mahasiswa magister jumlahnya lebih banyak dari pada mahasiswa doktor sehingga dalam pengambilan sampel mahasiswa magister lebih dominan dari pada mahasiswa doktor dikarenakan mahasiswa magister lebih banyak jumlah populasinya sehingga dalam pengambilan sampel mahasiswa magister lebih banyak.

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan

Jenjang	Jurusan	F	Prosentase (%)
S2	MPI	37	14%
	PBA	35	13%
	PGMI	32	12%
	SIAI	18	7%
	PAI	30	11%
	AS	19	7%
	ES	19	7%
S3	MPI	23	9%
	PBA	29	11%
	PAI	21	8%
Jumlah		263	100%

Sumber: Data Identitas Responden



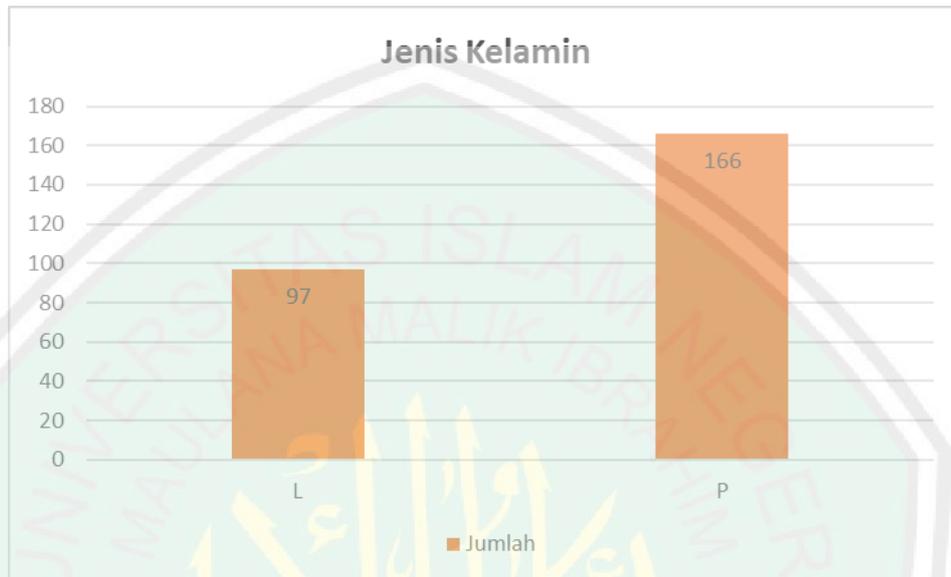
Gambar 4.2 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan Kuliah

Dari jumlah responden berdasarkan jurusan pendidikan, responden mahasiswa magister jurusan MPI (Manajemen Pendidikan Islam) sebanyak 37 atau 14%, jurusan PBA (Pendidikan Bahasa Arab) sebanyak 35 atau 13%, jurusan PGMI (Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah) sebanyak 32 atau 12%, jurusan SIAI (Study Ilmu Agama Islam) sebanyak 18 atau 7%, jurusan PAI (Pendidikan Agama Islam) sebanyak 30 atau 11%, jurusan AS (Al-Akhwāl Al-Syakhsyiyah) sebanyak 19 atau 7% dan jurusan ES (ekonomi Syariah) sebanyak 19 atau 7%. Berikutnya adalah jenjang doktor jurusan MPI (Manajemen Pendidikan Islam) sebanyak 23 atau 9%, jurusan PBA (Pendidikan Bahasa Arab) sebanyak 29 atau 11% dan yang terakhir jurusan PAI (Pendidikan Agama Islam) sebanyak 21 atau 8%. Dari jumlah responden berdasarkan jurusan di jenjang magister responden yang terbanyak adalah di jurusan MPI begitu pun juga dengan responden jenjang doktor jurusan PBA merupakan responden terbanyak.

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	Prosentase (%)
Laki-laki	97	37%
Perempuan	166	63%
Jumlah	263	100%

Sumber: Data Identitas Responden



Gambar 4.3 Diagram Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari jumlah responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 97 orang atau sebesar 37% dan responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 166 responden atau 63%. Jumlah responden menunjukkan perempuan lebih dominan atau lebih banyak dari pada laki-laki yaitu memiliki selisih yang banyak antara keduanya.

B. Deskripsi Paparan Data Hasil Penelitian

Pada bagian ini dijelaskan mengenai distribusi jawaban responden terhadap variabel-variabel dalam penelitian. Variabel penelitian terdiri dari satu variabel endogen yang terdiri dari variabel kepuasan mahasiswa (Y) dan variabel eksogen yang terdiri dari 2 variabel yaitu kualitas informasi (X1) dan kualitas layanan (X2).

1. Variabel Kepuasan Mahasiswa

Pada penelitian ini variabel kepuasan mahasiswa diukur melalui 8 indikator yang diuraikan ke dalam 11 butir pernyataan. Pengukuran ini ditujukan untuk mengetahui besarnya tingkat kinerja guru. Dari 11 butir pernyataan tersebut diberi skor 1-5 dari setiap jawaban yang diberikan responden dengan skor 5 memiliki tingkatan paling tinggi (sangat setuju) dan skor 1 memiliki tingkatan paling rendah (sangat tidak setuju). Berdasarkan data tersebut panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai skor tertinggi dikurangi dengan skor terendah hasilnya dibagi dengan banyak kelas interval.

$$P = \frac{(11 \times 5) - (11 \times 1) + 1}{5}$$

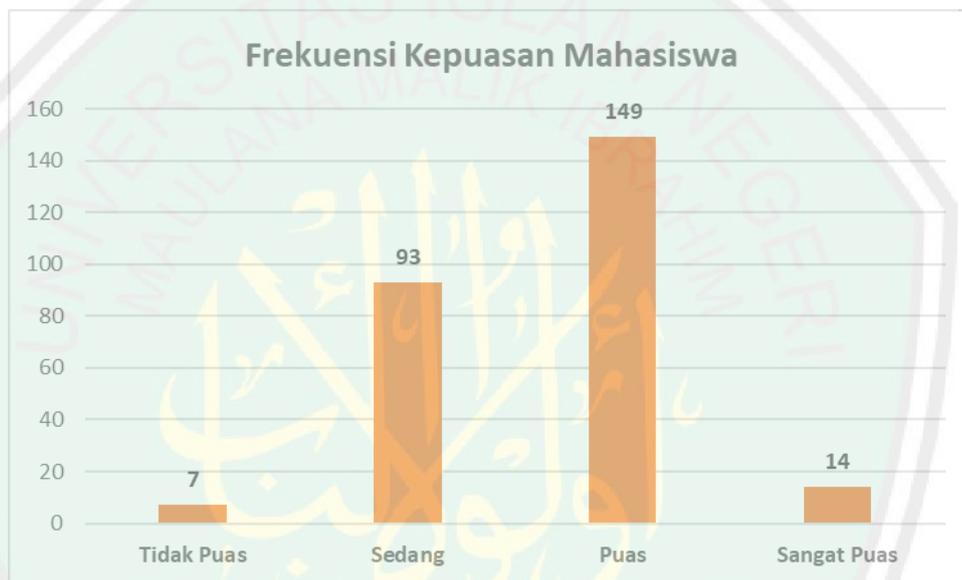
$$= \frac{(55) - (11)}{5} = 9$$

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Mahasiswa sebagai berikut:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi tentang Kepuasan Mahasiswa

No.	Interval Tabel	Kriteria	Frekuensi	
			F	%
1	11-19	Sangat Tidak Puas	0	0%
2	20-29	Tidak Puas	7	3%
3	30-39	Sedang	93	35%
4	40-49	Puas	149	57%
5	50-59	Sangat Puas	14	5%
			263	100%

Sumber: Data Primer di Olah

**Gambar 4.4 Diagram Frekuensi Kepuasan Mahasiswa**

Berdasarkan tabel 4.4 dan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden atau mahasiswa pascasarjana UIN Maliki Malang sebagian besar merasa puas yaitu sebanyak 149 mahasiswa dari 263 orang atau sebesar 57% ,dan yang memiliki kepuasan yang sedang yaitu sebanyak 93 mahasiswa atau sebesar 35%. Bahkan berdasarkan data yang ada, tidak ada mahasiswa yang tidak puas dengan kualitas informasi dan pelayanan di kampus yaitu 0%. Sedangkan mahasiswa yang tidak puas hanya 7 mahasiswa atau sebesar 3%

dan yang tergolong mahasiswa yang sangat puas sebanyak 14 mahasiswa atau sebesar 5%.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden selaku mahasiswa pascasarjana pada umumnya merasa puas dengan kualitas informasi yang disajikan oleh pascasarjana dan pelayanan yang telah diberikan oleh kampus. Berdasarkan pada analisis deskripsi responden meskipun ada beberapa mahasiswa yang tidak puas dengan pelayanan di kampus begitu juga dengan informasi yang telah disajikan oleh kampus namun masih ada beberapa hal yang membuat mahasiswa tersebut puas akan hal tersebut seperti halnya dari pembelajaran di kampus fasilitas atau infrastruktur yang difasilitasi untuk mahasiswa dan masih banyak hal yang lainnya, namun dari hasil rekapitulasi mahasiswa pascasarjana cenderung puas dengan pelayanan yang ada, dengan demikian kampus tetap harus terus lebih baik dan terus membaik.

2. Variabel Kualitas Informasi

Pada penelitian ini variabel kualitas informasi dikur melalui 3 indikator yang diuraikan ke dalam 20 butir pernyataan dengan skor 1-5 pada masing-masing butir pernyataan. Berdasarkan data yang ada, panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai skor tertinggi dikurangi dengan skor terendah hasilnya dibagi dengan banyak kelas interval.

$$P = \frac{(20 \times 5) - (20 \times 1) + 1}{5}$$

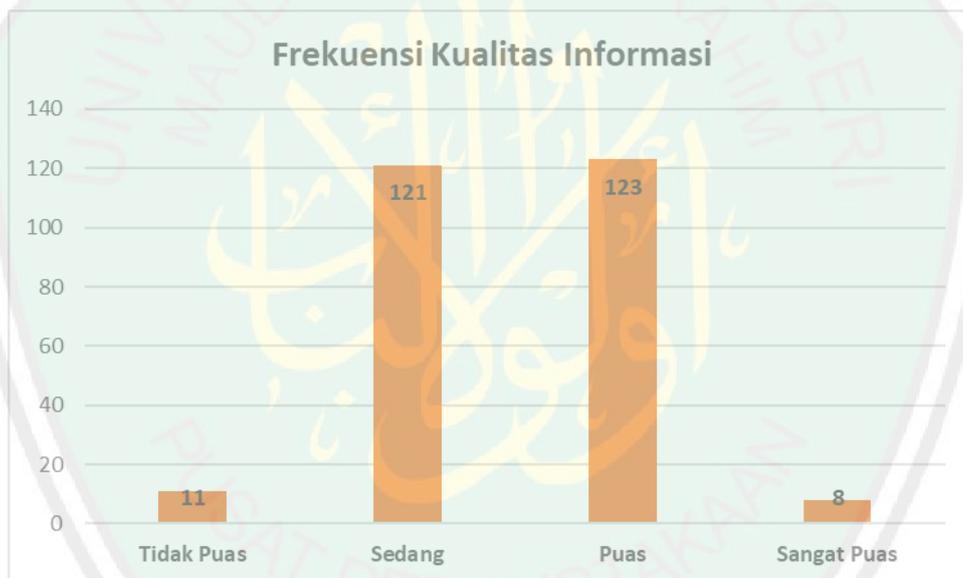
$$P = \frac{(100) - (20) + 1}{5} = 17$$

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Informasi sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi tentang Kualitas Informasi

No.	Interval Tabel	Kriteria	Frekuensi	
			F	%
1	20-36	Sangat Tidak Puas	0	0%
2	37-53	Tidak Puas	11	4%
3	54-70	Sedang	121	46%
4	71-87	Puas	123	47%
5	88-104	Sangat Puas	8	3%
Jumlah			263	100%

Sumber: Data Primer di Olah



Gambar 4.5 Diagram Frekuensi Kualitas Informasi

Berdasarkan tabel 4.5 dan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden atau mahasiswa pascasarjana UIN Maliki Malang sebagian besar merasa puas yaitu sebanyak 123 mahasiswa dari 263 orang atau sebesar 47% , dan yang merasa sedang yaitu sebanyak 121 mahasiswa atau sebesar 46% selisih 2 antara puas dan sedang terhadap kualitas informasi yang disajikan

pascasarjana. Dan untuk responden yang merasa tidak puas sekitar 11 orang atau 4% dari 263 responden kemudian untuk mahasiswa yang merasa sangat puas sekitar 8 orang dari 263. Dan untuk mahasiswa yang merasa sangat tidak puas ini tidak ada dengan data 0% atau tidak ada sama sekali.

Dilihat dari diagram tersebut dapat disimpulkan bahwasanya mahasiswa merasa sedang dan sudah cukup puas dengan kualitas informasi yang disajikan oleh pascasarjana. Dan pada dasarnya informasi yang disajikan kampus pascasarjana merupakan benar-benar informasi yang akurat dan relevan yang kemudian diinformasikan pada mahasiswa dengan tepat waktu, sehingga mahasiswa dapat mengetahui informasi tersebut dengan tepat dan cepat. Dari data tersebut bisa disimpulkan bahwasanya mahasiswa pascasarjana sebagian besar sudah merasa puas dengan segala informasi yang telah disajikan pascasarjana dan diinformasikan pada mahasiswa, karena informasi yang disajikan pascasarjana tidak hanya melalui papan pengumuman dan di web saja melainkan sekarang bisa diunduh di berbagai sosial media seperti di instagram, twitter dan lain-lain yang dikemas dengan sebaik mungkin dan di situ kita bisa bertanya secara langsung melalui papan komentar yang ada instagram atau retweet jika di twitter.

3. Variabel Kualitas Layanan

Pada penelitian ini variabel kualitas layanan dikur melalui 5 indikator yang diuraikan kedalam 56 butir pernyataan dengan skor 1-5 pada masing-masing butir pernyataan. Berdasarkan data yang ada, panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai skor tertinggi dikurangi dengan skor terendah hasilnya dibagi dengan banyak kelas interval.

$$P = \frac{(56 \times 5) - (56 \times 1) + 1}{5}$$

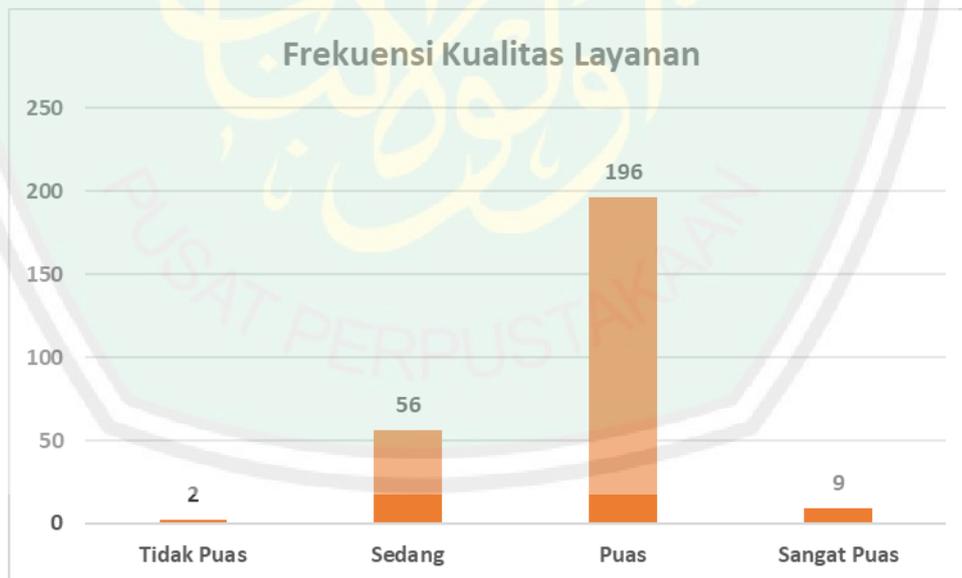
$$P = \frac{(280) - (56) + 1}{5} = 45$$

Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi tentang Kualitas Layanan

No.	Interval Tabel	Kriteria	Frekuensi	
			F	%
1	56-100	Sangat Tidak Puas	0	0%
2	101-145	Tidak Puas	2	1%
3	146-190	Sedang	56	21%
4	191-235	Puas	196	75%
5	236-280	Sangat Puas	9	3%
Jumlah			263	100%

Sumber: Data Primer di Olah



Gambar 4.6 Diagram Frekuensi Kualitas Layanan

Berdasarkan tabel 4.6 dan diagram di atas dapat diketahui bahwa responden atau mahasiswa pascasarjana UIN Maliki Malang sebagian besar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pascasarjana yaitu sebanyak 196 mahasiswa dari 263 orang atau sebesar 75% mahasiswa, dan yang memiliki kepuasan yang sedang yaitu sebanyak 56 mahasiswa atau sebesar 21%. Bahkan berdasarkan data yang ada, tidak ada mahasiswa yang tidak puas dengan kualitas layanan yang diberikan kampus yaitu 0%. Sedangkan mahasiswa yang tidak puas hanya 2 orang atau sebesar 1% dan yang tergolong mahasiswa yang sangat puas sebanyak 9 mahasiswa atau sebesar 3% saja.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden selaku mahasiswa pascasarjana pada umumnya merasa puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh kampus. Berdasarkan pada analisis deskripsi responden meskipun ada beberapa mahasiswa yang tidak puas dengan pelayanan yang telah disajikan oleh kampus namun masih ada beberapa hal yang membuat mahasiswa tersebut puas akan hal tersebut seperti halnya dari pembelajaran di kampus fasilitas atau infrastruktur yang difasilitasi untuk mahasiswa dan masih banyak hal yang lainnya, namun dari hasil rekapitulasi mahasiswa pascasarjana cenderung puas dengan pelayanan yang ada, dengan demikian kampus tetap harus terus lebih baik dan terus membaik.

C. Analisis Data PLS (*Partial Least Square*)

Analisis data kuantitatif menggunakan analisis statistik biasanya terdiri atas dua tahap. Tahap pertama adalah menguji karakteristik data yang diperoleh, misalnya menguji bahwa data mengikuti distribusi normal. Jika data

yang di peroleh ternyata tidak memenuhi distribusi normal, analisis berikutnya tidak bisa dilaksanakan.

Langkah yang sama juga diberlakukan untuk analisis menggunakan PLS (*partial least square*) yakni terdiri atas dua langkah. Langkah pertama adalah untuk melihat validasi dan reliabilitas alat ukur yang dimanifestasikan oleh data yang dikumpulkan. Setelah hal ini dipenuhi tahap berikutnya adalah menganalisis data sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Terminologi yang digunakan pada PLS adalah bahwa tahap pertama disebut dengan pengujian model pengukuran (*measurement model*) atau model luar (*outer model*) dan tahap kedua disebut dengan pengujian model struktural (*structural model*) atau model dalam (*inner model*).

Tujuan analisis menggunakan PLS (*partial least square*) adalah untuk memaksimalkan *explained variance* atau nilai R^2 dari semua variabel laten endogen yang dilibatkan dalam diagram jalur. Dengan demikian, fokus dari evaluasi model pengukuran dan model struktural adalah pada ukuran-ukuran yang menunjukkan kemampuan prediktif dari model yang diajukan. Untuk model pengukuran ukuran yang paling penting adalah reliabilitas gabungan atau konsistensi internal, validitas konvergen dan validitas determinan. Untuk model struktural ukuran yang penting adalah koefisien jalur dan tingkat signifikansinya nilai *explained variance* R^2 , nilai ukuran pengaruh (*effect size*) F^2 dan relevansi prediktif (*predictive relevance*) Q^2 . Evaluasi model pengukuran perlu memperhatikan jenis variabel laten yang digunakan yakni jenis variable indikator formatif atau reflektif. Dalam penelitian ini variabel dengan indikator formatif.

1. Evaluasi Model Pengukuran

Langkah pertama analisis data menggunakan PLS (*partial least square*) adalah fokus pada validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang digunakan. Seperti dijelaskan sebelumnya, untuk mengukur sebuah variabel laten dengan lebih tepat, diperlukan sejumlah indikator sesuai dengan tipe variabel latennya, yaitu formatif atau reflektif. Penggunaan banyak indikator dimaksudkan untuk menangkap berbagai aspek dari variabel laten yang diukur. Di sisi lain, pengukuran menggunakan banyak indikator juga makin banyak munculnya galat (*error*). Beberapa sumber galat dilakukan peneliti adalah penggunaan kata-kata pada kuesioner yang kurang tepat, pemilihan skala yang tidak tetap atau metode analisis yang tidak sesuai. Galat ini akan mengakibatkan timbulnya galat acak dan atau sistematis. Tujuan dari evaluasi pengukuran adalah untuk mengurangi galat pengukuran sebanyak mungkin.

2. Model Pengukuran Formatif (*Outer Model*)

Model pengukuran formatif ditujukan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator formatif. Bahwa pengujian model formatif dilakukan dengan dua kriteria yaitu collinearity statistic dengan melihat nilai outer VIF (*Variance Inflation Factor*) dan signifikansi dan relevansi outer weight. Pada pengukuran ini terdapat dua langkah atau biasanya disebut dengan secondary order langkah yang pertama adalah mengecek second order pada indikator kualitas informasi, kualitas layanan pada kepuasan mahasiswa second order ini yang diukur adalah dimensi-dimensi dari indikator-indikator yang telah ditetapkan yaitu pada variabel kualitas informasi terdapat 3 dimensi dimana setiap dimensi tersebut memiliki indikator yaitu relevan terdapat 6 indikator, akurat terdapat 7 indikator dan timelines terdapat 7 indikator untuk variabel kualitas layanan terdapat 5 dimensi yaitu dimensi tangible memiliki 19

indikator, dimensi empati terdapat 9 indikator, dimensi responsiveness terdapat 7 indikator, dimensi reliability terdapat 11 indikator dan dimensi assurance terdapat 10 indikator. kemudian first order.

Kemudian pada first order yang diukur adalah diagram jalur antar dimensi yaitu variabel kualitas informasi terdapat 3 dimensi dan kualitas layanan memiliki 5 dimensi pengukuran serta kepuasan mahasiswa terdapat 10 dimensi pengukuran. Dalam hal ini kenapa dilakukan proses secondary order karena variabel tersebut tidak bisa diukur secara langsung dikatakan first order apabila variabel tersebut dapat diukur secara langsung sehingga tidak perlu ada pengukuran antar indikator. Kemudian dalam langkah pengukuran di *smart PLS (partial least squar)* yang dilaksanakan adalah second order terlebih dahulu kemudian baru pengolahan first order.

a. Formatif Indicator Second Order

1) Mengukur *Collinearity Among Indicators*

Dimensi Pengukuran bisa berlebihan jika menunjukkan korelasi yang tinggi dengan dimensi pengukuran lain dari konstruk yang sama. Korelasi yang tinggi antar item atau dimensi pengukuran tidak diharapkan dalam model pengukuran formatif. Pada *collinearitas among indicators* nilai toleransi masing-masing dimensi pengukuran VIF harus kurang dari < 5 . Jika tidak, harus dipertimbangkan untuk menghilangkan dimensi pengukuran, menggabungkan dimensi pengukuran menjadi satu indeks tunggal, atau membuat konstruksi orde tinggi untuk mengatasi masalah kolinearitas atau *collinearity*. Nilai VIF pada setiap Dimensi Pengukuran formatif ditunjukkan pada lampiran 3.

Berdasarkan dari nilai outer VIF Value pada second order pada setiap dimensi pengukuran formatif yang ditunjukkan dalam lampiran 3 telah memenuhi yaitu karena VIF kurang dari < 5 artinya tidak ada korelasi antar indikator dari konstruk yang sama, khususnya pada variabel kualitas informasi dan kualitas layanan.

2) Mengukur *Signifikansi and Relevansi Outer Weight*

Nilai outer weight adalah nilai terstandarisasi sehingga bisa dibandingkan satu dengan yang lain. Nilai outer weight menunjukkan kontribusi atau relevansi relatif sebuah indikator terhadap konstruk yang tersusun olehnya. Hal ini dapat dinilai dengan memeriksa signifikansi (statistik) dan relevansi dimensi pengukuran formatif melalui uji signifikansi *outer weight*. Dari hasil uji signifikansi *outer weight* pada *second order* dapat dilihat pada lampiran 4.

Pada Uji signifikansi *outer weight* pada second order pengecekan pertama adalah dengan melihat nilai P-Value. Besarnya P-Value digunakan untuk mengecek signifikansi di mana besarnya P-Value harus kurang dari $< 0,05$. Jika P-Value memiliki nilai lebih dari $> 0,05$, maka dilakukan pengecekan pada *Outer loading*. Dari data hasil uji signifikansi *outer weight* pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai P-Value yang memiliki nilai lebih dari $> 0,05$ yaitu pada indikator variabel Kualitas Informasi yaitu $X_{1.1.1}$, $X_{1.1.2}$, $X_{1.1.3}$, $X_{1.1.5}$, $X_{1.2.2}$, $X_{1.2.3}$, $X_{1.2.4}$, $X_{1.2.7}$, $X_{1.3.6}$, $X_{1.3.7}$ pada indikator variabel Kualitas layanan $X_{2.1.1}$, $X_{2.1.2}$, $X_{2.1.4}$, $X_{2.1.5}$, $X_{2.1.6}$, $X_{2.1.7}$, $X_{2.1.12}$, $X_{2.1.13}$, $X_{2.1.13}$, $X_{2.1.14}$, $X_{2.1.15}$, $X_{2.1.17}$, $X_{2.1.18}$, $X_{2.2.3}$, $X_{2.2.4}$, $X_{2.2.6}$, $X_{2.2.7}$, $X_{2.2.8}$, $X_{2.2.9}$, $X_{2.3.2}$, $X_{2.3.3}$, $X_{2.3.4}$, $X_{2.3.6}$, $X_{2.4.1}$, $X_{2.4.2}$, $X_{2.4.4}$, $X_{2.4.6}$, $X_{2.4.7}$, $X_{2.4.8}$, $X_{2.4.9}$, $X_{2.4.10}$

$X_{2.5.2}$, $X_{2.5.3}$, $X_{2.5.4}$, $X_{2.5.5}$, $X_{2.5.6}$, $X_{2.5.7}$, $X_{2.5.8}$, $X_{2.5.9}$, $X_{2.5.10}$ dan indikator pada variabel kepuasan mahasiswa Y_2 , Y_3 , Y_4 , Y_5 , Y_6 , Y_7 , Y_8 , Y_9 , Y_{10} , Y_{11} . Maka langkah selanjutnya yaitu dilakukan pengecekan pada *outer loading*nya.

Dari hasil pengecekan *outer loading* dengan hasil P value kurang dari $< 0,05$ pada P-Value yang sama pada hasil *outer weight* di *second order* maka harus ada penghapusan di mana indikator yang perlu dihapus adalah pada variabel kualitas layanan dalam indikator *tangible* yang dihapus adalah $X_{2.1.9}$ (Barang yang dijual koperasi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa) dan $X_{2.1.10}$ (Kondisi parkir di kampus nyaman) kemudian pada indikator empati yang dihapus adalah $X_{2.2.5}$ (Dosen pascasarjana bersikap terbuka dan kooperatif pada mahasiswa) dan pada indikator reliability yaitu $X_{2.4.3}$ (Penilaian dosen pada tugas kuliah dan ujian dilakukan secara objektif)

b. Formatif Indikator First Order

1) Mengukur *Collinearity Among Indicators*

Berdasarkan dari nilai *outer VIF Value* pada first order pada setiap dimensi pengukuran formatif yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini sesuai yaitu nilai VIF kurang yaitu kurang dari < 5 .

Tabel 4.7 Nilai Outer VIF Value First Order

Indikator	VIF
Accurat	1,867
Assurance	1,880
Empaty	2,962
Relevan	1,682
Reliability	2,421
Responsivenes	2,778
Tangible	2,313
Timelines	1,863
Y1	1,274
Y10	2,319
Y11	1,986
Y3	2,030
Y4	1,981
Y5	1,986
Y6	2,195
Y7	2,245
Y8	2,028
Y9	1,868

Berdasarkan dari nilai outer VIF Value pada tabel 4.7 telah memenuhi yaitu karena VIF kurang dari < 5 artinya tidak ada korelasi antar indikator dari konstruk yang sama, khususnya pada variabel kualitas informasi dan kualitas layanan.

2) Mengukur *Signifikansi and Relevansi Outer Weight*

Pada Uji signifikansi *outer weight* pada first order pengecekan pertama adalah dengan melihat nilai P-Value. Besarnya P-Value digunakan untuk mengecek signifikansi di mana besarnya P-Value harus kurang dari $< 0,05$. Jika P-Value memiliki nilai lebih dari $> 0,05$, maka dilakukan pengecekan pada *Outer loading*.



Tabel 4.8 Signifikansi Outer Weight pada First Order

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accurat -> Kualitas Informasi (X1)	0,567	0,551	0,129	4,386	0,000
Assurance -> Kualitas Layanan (X2)	0,175	0,177	0,117	1,496	0,135
Empaty -> Kualitas Layanan (X2)	0,201	0,188	0,110	1,826	0,068
Relevan -> Kualitas Informasi (X1)	0,264	0,266	0,115	2,303	0,022
Reliability -> Kualitas Layanan (X2)	0,509	0,497	0,085	5,965	0,000
Responsivenes -> Kualitas Layanan (X2)	-0,030	-0,008	0,117	0,254	0,800
Tangible -> Kualitas Layanan (X2)	0,306	0,298	0,122	2,511	0,012
Timelines -> Kualitas Informasi (X1)	0,325	0,331	0,116	2,789	0,005
Y1 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,457	0,434	0,072	6,366	0,000
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,029	0,020	0,093	0,313	0,754
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,240	0,234	0,081	2,976	0,003
Y2 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,024	0,079	0,096	0,247	0,805
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,180	0,157	0,076	2,377	0,018
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,171	0,143	0,086	1,996	0,047
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,018	0,021	0,099	0,184	0,854
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,146	0,125	0,074	1,976	0,049
Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,054	0,067	0,073	0,737	0,461
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,031	0,045	0,085	0,364	0,716
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,139	0,133	0,077	1,811	0,071

Dari data hasil uji signifikansi *outer weight* pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa nilai P-Value yang memiliki nilai lebih dari $> 0,05$ yaitu pada variabel kualitas layanan indikator assurance, empathy, responsiveness dan pada variabel kepuasan mahasiswa pada Y_{10} , Y_2 , Y_5 , Y_7 , Y_8 dan Y_{10} . Maka langkah selanjutnya yaitu dilakukan pengecekan pada *outer loading*nya.



Tabel 4.9 Signifikansi Outer Loading pada First Order

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accurat -> Kualitas Informasi (X1)	0,924	0,911	0,044	21,066	0,000
Assurance -> Kualitas Layanan (X2)	0,733	0,727	0,071	10,335	0,000
Empaty -> Kualitas Layanan (X2)	0,789	0,781	0,052	15,113	0,000
Relevan -> Kualitas Informasi (X1)	0,777	0,771	0,067	11,612	0,000
Reliability -> Kualitas Layanan (X2)	0,925	0,915	0,027	34,353	0,000
Responsivenes -> Kualitas Layanan (X2)	0,699	0,704	0,065	10,767	0,000
Tangible -> Kualitas Layanan (X2)	0,858	0,844	0,046	18,678	0,000
Timelines -> Kualitas Informasi (X1)	0,833	0,830	0,055	15,032	0,000
Y1 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,711	0,697	0,065	10,978	0,000
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,703	0,689	0,052	13,528	0,000
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,690	0,680	0,069	10,007	0,000
Y2 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,128	0,296	0,297	0,432	0,666
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,706	0,691	0,058	12,244	0,000
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,685	0,668	0,062	11,134	0,000
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,558	0,541	0,083	6,709	0,000
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,628	0,617	0,063	9,943	0,000
Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,647	0,636	0,055	11,800	0,000
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,643	0,636	0,061	10,626	0,000
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,606	0,596	0,065	9,371	0,000

Dari hasil pengecekan *outer loading* dengan hasil P value kurang dari $< 0,05$ pada P-Value yang sama pada hasil *outer weight* di *first order* maka harus ada penghapusan di mana indikator yang perlu dihapus adalah pada variabel kepuasan mahasiswa yaitu Y_2 (Relevance informasi kegiatan akademik dan administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa).

3. Model Pengukuran Struktural (*Inner Model*)

Pengukuran inner model dapat dilakukan dengan mengetahui keterkaitan antar variabel. Adapun beberapa pengujian yang dilakukan antar lain:

a. *Assess structural model for collinearity issues*

Asesment kolinearitas diperlukan untuk melihat bahwa tidak ada persoalan kolinieritas pada level konstruk, yakni tidak ada korelasi yang tinggi antara konstruk-konstruk penyusun model jalur. Kolinieritas pada tingkat konstruk diukur dengan menggunakan kriteria yang sama dengan pengujian kolineritas pada tingkat indikator yakni dengan menggunakan toleransi VIF. VIF dari inner model harus lebih tinggi dari $\leq 0,20$ dan di bawah $> = 5$, jika di atas 5 maka terjadi collinearity, sehingga harus dipertimbangkan untuk menghilangkan konstruk, menggabungkan prediktor ke dalam satu konstruk, atau menciptakan konstruk dengan orde tinggi

Pengujian Kolinieritas pada inner model yaitu:

Tabel 4.10 Nilai Outer VIF

Hubungan	Kepuasan Mahasiswa (Y)	Kualitas Informasi (X1)	Kualitas Layanan (X2)
Kepuasan Mahasiswa (Y)			
Kualitas Informasi (X1)	1,680		
Kualitas Layanan (X2)	1,680		

Berdasarkan hasil dari nilai inner VIF Values di atas, bahwa nilai VIF kurang dari < 5 yang berarti tidak terdapat kolinieritas, yang artinya pada variabel kualitas informasi X1 dan kualitas layanan X2 dalam posisi saling bebas. Maka tidak perlu menghilangkan konstruk atau menggabungkan konstruk.

b. *Coefisien Path Model Struktural*

Analisis koefisien model *path* struktural ini digunakan untuk mengetahui hubungan mana yang berpengaruh signifikan. Koefisien jalur menunjukkan relasi antar variabel yang dinyatakan dalam hipotesis. Koefisien jalur mempunyai nilai terstandarisasi antara -1 dan +1. Nilai koefisien yang mendekati +1 menunjukkan adanya relasi positif yang sangat kuat dari variabel-variabel yang direlasikan. Nilai yang mendekati -1 menunjukkan adanya relasi negatif yang sangat kuat jika koefisien jalur mempunyai nilai yang mendekati 0 dua variabel yang direlasikan mempunyai relasi yang sangat lemah yang tidak signifikan perbedaannya dengan nol. Hasil dari analisis koefisien model *path* struktural ini dapat dilihat pada tabel 4.11. Jika P-Value kurang dari $< 0,05$ maka hubungan tersebut signifikan, begitu juga sebaliknya jika P-Value lebih dari $> 0,05$ maka hubungan tersebut tidak

signifikan serta koefisien jalur yang bernilai positif memiliki hubungan yang berbanding lurus, begitu juga sebaliknya.

Tabel 4.11. Koefisien Model Path Struktural

Hubungan	Koefisien	P values
Kualitas Informasi (X1) -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,251	0,000
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,600	0,000

Berdasarkan dari hasil tabel di atas dapat kita lihat bahwa hubungan signifikan yaitu P-Value kurang dari $< 0,05$ sedangkan yang tidak memiliki hubungan yang signifikan yaitu lebih dari $> 0,05$. Pada hubungan kualitas informasi (X1) dan kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) memiliki signifikansi dengan P-Value 0,251 dan 0,600 yang merupakan $< 0,05$. Dari semua hubungan yang menunjukkan signifikansi, semua hubungan memiliki koefisien positif.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi yang sering disingkat dengan R^2 adalah nilai yang menunjukkan ukuran varians dari variabel endogen yang disebabkan oleh semua variabel eksogen yang terhubung kepadanya. Koefisien determinasi menunjukkan kombinasi pengaruh variabel laten eksogen ke variabel laten endogen. Koefisien determinasi merupakan ukuran yang paling sering di gunakan untuk mengevaluasi model struktural (*inner model*). Nilainya menunjukkan kekuatan prediktif dari model jalur dan merupakan petunjuk sebaik apa modelnya sesuai dengan data yang diperoleh.

Koefisien determinasi ini dipakai untuk mengukur akurasi pendugaan. Hasil dari nilai koefisien determinasi R^2 ini dapat dilihat pada tabel 4.12. nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1 dengan nilai yang mendekati 1 menunjukkan akurasi prediksi yang makin besar. Beberapa penelitian memberikan petunjuk berbeda tentang nilai dengan R^2 . Bahwa nilai R^2 lebih besar atau sama dengan 0.25 menunjukkan pengaruh yang tinggi. Di lain pihak pada persoalan marketing nilai R^2 di atas 0.75 baru dikatakan mempunyai pengaruh yang tinggi. Namun secara umum koefisien determinasi R^2 tidak ada patokan yang pasti dan beberapa *research* ada yang mengatakan nilai di atas 0.2 atau 20% dianggap sudah tinggi.

Tabel 4.12. Koefisien Determinasi R^2

Variabel	R^2
Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,616

Berdasarkan dari hasil koefisien determinasi R^2 menunjukkan seberapa besar prosentase total pada variabel endogen yang diajukan oleh model, sebagaimana yang ditunjukkan pada tabel 4.15 di atas, dapat dilihat bahwa akurasi pendugaan pada variabel kepuasan mahasiswa memiliki akurasi pendugaan yang tinggi karena nilai koefisien determinasi R^2 0.616 yang artinya pembentukan model dari penelitian kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan dengan baik oleh variabel kualitas informasi dan variabel kualitas layanan 61.6% sedangkan 38.4% dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti.

d. Effect Size f^2

Effect size f^2 lebih spesifik digunakan untuk melihat efek pada variabel eksogen yaitu pada variabel kepuasan mahasiswa (Y). Hasil dari pengujian f^2 dapat dilihat pada tabel 4.13 secara umum nilai 0.02 dianggap memiliki efek kecil, nilai 0.15 memiliki efek sedang dan 0.35 memiliki efek besar.

Tabel 4.13. Effect Size f^2

Hubungan	f^2
Kualitas Informasi (X1) -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,098
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,558

Berdasarkan nilai f^2 pada tabel di atas dapat dilihat bahwa kualitas informasi memiliki efek yang kecil dikarenakan f^2 sebesar 0,098 yaitu berada pada kisaran 0.15 dalam artian bahwa kualitas informasi memiliki efek yang kecil terhadap kepuasan mahasiswa berbeda lagi dengan kualitas layanan memiliki nilai efek f^2 sebesar 0.558 yang berada pada kisaran 0.35 yang artinya memiliki nilai efek besar dalam artian bahwasanya kualitas layanan memiliki nilai efek yang besar terhadap kepuasan mahasiswa.

e. Relevansi Prediktif (Q^2)

Selain mengevaluasi nilai R^2 yang merupakan kriteria akurasi prediktif, kriteria lain yang digunakan untuk mengevaluasi model struktural adalah nilai Q^2 yang disebut dengan *out of sample predictive power* atau relevansi prediktif. Ketika model jalur menunjukkan adanya relevansi prediktif model jalur secara akurat dapat memprediksi data yang tidak digunakan dalam mengevaluasi model tersebut. Nilai Q^2 diperoleh dengan menggunakan

prosedur *blindfolding*, sebagaimana pengukuran relatif dari relevansi prediktif, maka nilai 0.02 memiliki relevansi prediktif yang kecil, nilai 0.14 memiliki relevansi prediktif yang sedang dan nilai 0.35 memiliki relevansi prediktif yang besar. Hasil relevansi prediktif Q^2 yaitu:

Tabel 4.14. Relevansi Prediktif

Variabel	Q^2
Kepuasan Mahasiswa	0,246

Berdasarkan hasil pada tabel 4.17 di atas dapat dilihat bahwa relevansi prediktif Q^2 kepuasan mahasiswa sebesar 0.246 berada pada kategori 0.02 yang berarti masuk dalam level sedang.

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis didasarkan pada nilai yang terdapat pada analisis struktural model, tingkat signifikansi *path coefficient* didapat dari nilai-t dan nilai *standardized path coefficient*. Batas nilai atau *thershold* pengujian hipotesis yaitu hasil dari analisis koefisien model struktural dapat dilihat pada tabel 4.15. Jika P-Value < 0,05 maka hubungan tersebut signifikan, sebaliknya jika P-Value > 0,05 maka hubungan tersebut tidak signifikan. Dari tabel di bawah ini dapat dilihat bahwasanya nilai P-Value lebih dari > 0,05

Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis pada Model Penelitian

Hipotesis	Hubungan Antar Variabel	Path Coefficient	P-Value	Keterangan
H1	Kualitas Informasi (X1) - > Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,251	0,000	Signifikan
H2	Kualitas Layanan (X2) - > Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,600	0,000	Signifikan

Dalam PLS, pengujian setiap hubungan dilakukan dengan menggunakan simulasi dengan metode *bootstrapping* terhadap sampel. Pengujian ini bertujuan untuk meminimalkan masalah tidak normalan data penelitian. Hasil pengujian dengan metode *bootstrapping* dari analisis smart PLS (*partial least square*) sebagai berikut;

a. Pengujian Hipotesis 1

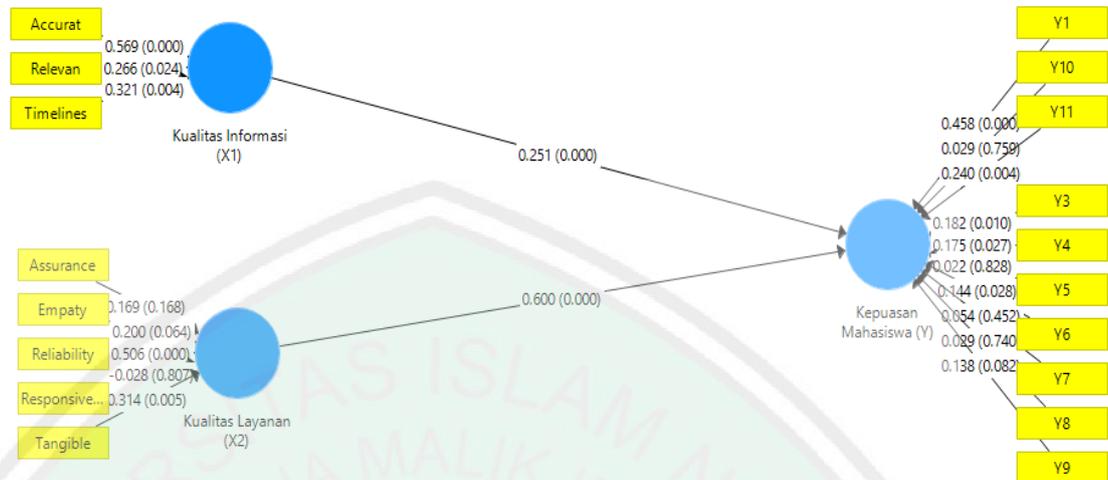
Berdasarkan dari tabel 4.18 hasil dari analisis koefisien model *path struktural* ini digunakan untuk mengetahui hubungan mana yang berpengaruh signifikan. Untuk pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai P-Value < 0,05 yaitu sebesar 0,000 yang berarti kualitas informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. maka dengan nilai *path koefisien* sebesar 0,251 yang berarti antara kualitas informasi dengan kepuasan mahasiswa memiliki hubungan positif. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang disignifikan antara variabel kualitas informasi terhadap kepuasan mahasiswa. Ketika kualitas informasi meningkat maka kepuasan mahasiswa juga akan naik. Dari hasil hipotesis ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Pengujian Hipotesis 2

Berdasarkan dari tabel 4.18 hasil dari analisis koefisien model path struktural ini digunakan untuk mengetahui hubungan mana yang berpengaruh signifikan. Untuk pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa dengan nilai P-Value < 0,05 yaitu sebesar 0,000 yang berarti kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. nilai koefisien yang didapat yaitu sebesar 0,600 yang berarti kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa memiliki hubungan positif. Dengan demikian maka terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa ketika kualitas layanan meningkat maka kepuasan mahasiswa akan meningkat juga. Dari hasil hipotesis ini maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai koefisien kualitas informasi (X1) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) yaitu sebesar 0,251 sedangkan nilai koefisien kualitas layanan (X2) terhadap kepuasan mahasiswa (Y) yaitu sebesar 0,600 maka dari nilai koefisien antara kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa, kualitas layanan memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap kepuasan mahasiswa dibandingkan dengan kualitas informasi.

**Gambar 4.7 Nilai Outer dan Inner Model
Setelah di Lakukan Bootstrapping**



E. Analisa Variabel

Analisa variabel dibuat dengan membandingkan besarnya mean yang menjadi jawaban responden dengan *outer loading* atau *outer weight* yang merupakan hasil dari pengukuran. Dari perbandingan nilai tersebut bisa diketahui dimensi pengukuran. Dimensi pengukuran dalam masing-masing variabel yang masuk pada kondisi sangat baik dan perlu dipertahankan yaitu apabila *outer loading* atau *outer weight* berada pada urutan paling atas demikian juga didukung oleh besarnya mean yang tinggi maupun sangat tinggi. Sedangkan kondisi yang perlu dilakukannya perbaikan pada kondisi *outer loading* atau *outer weight* berada pada urutan paling atas, namun tidak didukung oleh besarnya mean yang tinggi. Demikian juga pada kegiatan yang perlu peninjauan kembali yaitu yang menunjukkan nilai *outer loading* atau *outer weight* minus dan besarnya mean masuk kategori tinggi atau sangat tinggi pada hal ini dapat mengurangi sebagaimana variabel yang ada. Di

bawah ini deskripsi analisis variabel sebagai data pendukung yang terlampir pada gambar 4.7

1. Variabel Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan data mean yang ditunjukkan pada lampiran 7 yang menunjukkan bahwa dari semua indikator kepuasan mahasiswa, besarnya mean berada pada tingkat puas, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya mahasiswa pascasarjana suda puas dengan informasi yang telah disajikan oleh pascasarjana dimana informasi tersebut yang disajikan pasca untuk diinformasikan pada mahasiswanya benar-benara akurat, relevan dan diberikan tepat waktu sehingga tidak terlambat untuk di beritahukan.

Berdasarkan nilai *outer loading* beberapa indikator kepuasan mahasiswa yang perlu diperhatikan atau ditinjau ulang yaitu pada indikator Y2 tentang *relevance* informasi kegiatan akademik dan administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa, yang memiliki nilai *outer loading* dengan P-Value di atas 0,666 maka harus dihapus dikarenakan nilai P-Value lebih dari $> 0,05$ dengan maksud bahwasanya indikator tersebut bisa dikatakan tidak relevan atau signifikan sehingga dilakukan penghapusan. Dan untuk indikator-indikator yang lain suda memenuhi syarat atau suda di atas 0,5 sehingga sangat signifikan.

2. Variabel Kualitas Informasi

Dalam variabel kualitas informasi ini terdapat 3 dimensi yaitu *accuracy*, relevan dan *timelines* yang masing-masing memiliki indikator di antaranya yaitu dimensi *relavan* maksudnya adalah informasi yang disajikan

oleh pascasarjana terkait dengan informasi akademik bagi mahasiswa yang meliputi *relevance* Informasi pembayaran SPP, Informasi jadwal kuliah, Informasi pelaksanaan ujian, informasi kegiatan akademik (seminar, workshop, pelatihan), Informasi lowongan beasiswa, informasi administrasi mahasiswa dan *relevance* Informasi di web. Selanjutnya yaitu *accuracy* yaitu tingkat *accuracy* informasi yang disajikan oleh pascasarjana kepada mahasiswa dan yang terakhir adalah *timelines* maksudnya informasi yang disajikan oleh pascasarjana tepat pada waktunya.

Berdasarkan nilai *outer loading* pada variabel ini semua indikator dinyatakan signifikan dikarenakan nilai P-Value pada indikator ini keseluruhannya diatas 0,05 maka tidak ada penghapusan dan semua signifikan.

3. Variabel Kualitas Layanan

Dalam variabel kepuasan mahasiswa ini terdapat lima dimensi yaitu *tangible*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance* dan *reliability* dari 5 dimensi tersebut dapat di jelaskan bahwasanya yang dimaksud *tangible* merupakan bukti fisik yang bisa dilihat dengan pancaindra manusia yang meliputi penampilan dosen dan staf administrasi, kondisi lingkungan pascasarjana, infrastruktur pascasarjana keadaan ruang kelas, masjid, toilet, koperasi dan hal) atau bisa disebut dengan bukti fisik berupa gedung, kemudian rasa empati yang merupakan perhatian terhadap kepentingan mahasiswa berupa perhatian personal pada mahasiswa kemudian kemudahan dalam berkomunikasi dan perhatian terhadap kepentingan mahasiswa, begitu pun juga dengan *responsiveness* atau daya tanggap yang meliputi kecepatan dan

ketepatan dosen dan staf administrasi dalam melayani kepentingan mahasiswa kemudian kesediaan staf administrasi dan dosen dalam membantu mahasiswa dan kesiapan merespon kepentingan mahasiswa, berikutnya adalah *reliability* ke andalan dalam tingkat kompetensi dosen dan staf administrasi dan *assurance* yaitu kemampuan dosen dan staf administrasi yang mencakup pengetahuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh dosen dan staf administrasi. Dari lima dimensi tersebut besarnya mean yang ditunjukkan sesuai dengan jawaban responden masuk pada kategori puas artinya secara keseluruhan mahasiswa pascasarjana suda puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh pascasarjana pada mahasiswanya.

Berdasarkan nilai *outer loading* pada indikator *tengible* pada pernyataan barang yang dijual koperasi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa yaitu pada X2.1.9 dengan hasil P-Value lebih dari $> 0,05$ dengan nilai 0,045 maka harus dihapus dikarenakan tidak signifikan begitu juga dengan X2.1.10 mengenai kondisi parkir kampus pascasarjana nyaman ini juga memiliki nilai P-Value $> 0,5$ yaitu 0,90 sehingga harus di hapus karena tidak signifikan. Berikutnya pada indikator Empati X2.2.5 mengenai dosen pascasarjana bersikap terbuka dan kooperatif pada mahasiswa ini memiliki P-Value 0,120 yang seharusnya tidak boleh lebih dari $> 0,05$ maka indikator tersebut harus dihapus karena tidak signifikan dan selanjutnya pada indikator *reliablity* X2.4.3 mengenai penilaian dosen pada tugas kuliah dan ujian dilakukan secara objektif dengan nilai P-Value 0,097 yaitu lebih dari $> 0,05$ maka harus dihapus dikarenakan tidak signifikan. Pada variable kualitas layanan ada 4

indikator yang dinyatakan tidak signifikan dan harus ada penghapusan untuk indikator-indikator yang lainnya suda signifikan dan suda di atas $< 0,05$ nilai P-Valuenya.



BAB V PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disajikan kampus Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang mempunyai pengaruh positif yang signifikan secara langsung terhadap kepuasan mahasiswa. Apabila kualitas informasi yang disajikan semakin baik, maka akan mempengaruhi kepuasan mahasiswa yang akan semakin meningkat. Kualitas dari suatu informasi (*quality of information*) tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat (*accuracy*), tepat pada waktunya (*timeliness*) dan relevan (*relevance*). Berikut penjelasan dari ketiga hal berikut: (1) Akurat, berarti informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksudnya . informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan (*noise*) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut, (2) Tepat pada waktunya, berarti informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi. Karena informasi merupakan landasan di dalam pengambilan keputusan. Bila pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi. Dewasa ini mahalnya nilai informasi disebabkan harus cepatnya informasi tersebut didapat, sehingga diperlukan teknologi-teknologi mutakhir untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkannya, (3) Relevan, berarti informasi tersebut mempunyai manfaat

untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda.

Dari hasil uji data yang telah di oleh diketahui bawasanya Hal ini berarti bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa. Ini juga menyimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori mengenai pilar kualitas informasi, yaitu: akurat, tepat waktu dan Relevan¹⁸⁵. Sama halnya pada penelitian Hanae Rokya dan Youssef Al Meriouh¹⁸⁶ menunjukkan bahwa pengaruh kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Dan pada penelitian Fan-Yun Pai dan Kai-I Huang¹⁸⁷ menunjukkan bahwa pengaruh kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan penelitian ini mahasiswa pascasarjana merasa puas dengan kualitas informasi yang disajikan oleh Pascasarjana namun ada beberapa hal yang mungkin perlu untuk di perbaiki dan untuk lebih baik lagi yaitu Relevansi antara informasi yang disampaikan di WEB dengan informasi yang disampaikan oleh staf administrasi pascasarjana kurang sinkron selain itu juga mungkin ada beberapa mahasiswa yang merasa bahwasanya informasi mengenai perkuliahan tidak jelas atau kurang jelas dan untuk pengumuman yang berkaitan dengan akademik seperti KRS dan lain-lain perlu diperbaiki lagi atau diperjelas. Ini merupakan beberapa masukan dari mahasiswa pascasarjana selaku responden yang menginginkan informasi yang disajikan

¹⁸⁵ Sutabri, Tata 2005, Sistem Informasi Manajemen, Andi, Yogyakarta.Hlm 35

¹⁸⁶ Hanne Sørum Rony Medaglia Kim Normann Andersen Murray Scott William DeLone, (2012), "*Perceptions of information system success in the public sector*", *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 6 Iss 3 pp. 239 - 257.

¹⁸⁷ Pai, Fan-yun, and Kai-i Huang. (2011). "*Technological Forecasting & Social Change Applying the Technology Acceptance Model to the Introduction of Healthcare Information Systems.*" *Technological Forecasting & Social Change* 78(4): 650–60.

lebih baik lagi, selain itu harapannya dengan adanya masukan-masukan seperti ini agar kampus Pascasarjana UIN Maulana Malik Malang semakin lebih baik lagi.

Dari hasil penelitian ini antara puas dan sedang sangat berbanding sedikit dari 263 responden 121 mahasiswa merasa sedang dan 123 merasa puas terhadap kualitas informasi yang disajikan tersebut. Namun dalam pengaruh antara kualitas informasi dan kualitas layanan yang mempengaruhi atau mahasiswa merasa puas layanan lebih banyak memberikan kontribusi dari pada informasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Dekeng Setyo b, ari Rahmawati yang membuktikan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa kualitas informasi yang digunakan telah memiliki fungsi.

B. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Mahasiswa

Berdasarkan penelitian terhadap mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Malang mengenai kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa, diketahui bahwa kualitas layanan yang ada di kampus Pascasarjana di perguruan tinggi tersebut relatif baik. *“Patient /Client satisfaction is an attitude – a person’s general orientation towards a total experience of health care. Satisfaction comprises both cognitive and emotional facets and relates to previous experiences, expectations and social networks”*¹⁸⁸. Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (klien/pasien) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi

¹⁸⁸ Keegan, Et Al. 2002. Sosial Network. New York: International Inc

harapannya. Jadi, kepuasan adalah perpaduan (fungsi) antara harapan dan persepsi terhadap tindakan atau hasil tindakan¹⁸⁹. Apabila hasil yang dirasakan di bawah harapan maka mahasiswa akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, mahasiswa akan puas dan bila kinerja melebihi harapan maka mahasiswa akan sangat puas. Kepuasan yang terjadi pada mahasiswa karena harapan-harapan yang ada pada diri mahasiswa terpenuhi. Kepuasan merupakan gambaran harapan pasien yang terpenuhi dalam menggunakan jasa pelayanan di kampus Pascasarjana.

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan. Selain sebagai elemen penting, kualitas juga memiliki pengaruh lain. Ada alasan lain pentingnya kualitas¹⁹⁰ yaitu sebagai reputasi perusahaan, keandalan produk dan keterlibatan global. Sedangkan kualitas pelayanan secara umum dapat dilihat dari kesenjangan pelanggan menggunakan jasa layanan dari perusahaan. Collier¹⁹¹ mengemukakan bahwa pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan pelanggan (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya, dan keuntungan).

Dimensi kualitas pelayanan sangat berpengaruh pada harapan pelanggan dan kenyataan yang dihadapi pelanggan saat menggunakan jasa

¹⁸⁹ Bambang, 2010. Manajemen Pemasaran. Surabaya: Airlangga Press Hlm 45.

¹⁹⁰ Heizer, 2005:254

¹⁹¹ Yamit, 2001:22

perusahaan. Oleh karena itu, peneliti menggunakan dimensi kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Berry dan Parasuraman dalam Nasution¹⁹² karena simpel dan populer serta dapat digunakan untuk mengevaluasi. Jika nyatanya pelanggan menerima layanan yang melebihi harapan maka pelanggan akan mengatakan layanan perusahaan berkualitas. Namun apabila pelanggan menerima layanan yang tidak sesuai (kurang) dari harapan, maka pelanggan akan mengatakan pelayanan kurang berkualitas.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada Pascasarjana UIN Maliki Malang, maka perlu dilakukan analisis yang bertujuan untuk dapat melihat sebagian besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maliki Malang. Berdasarkan hasil hipotesis, menunjukkan bahwa korelasi yang sangat signifikan dari hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa dapat disimpulkan bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan mahasiswa sangat dekat. Layanan pascasarjana sudah memberikan pelayanan yang sangat baik sehingga mahasiswa puas dengan pelayanan tersebut. Secara teoritis menunjukkan bahwa, penyebab mahasiswa merasakan puas atau tidak puas atas pelayanan di pascasarjana yang diterima tentunya berawal dari kualitas pelayanan yang mereka rasakan. Dalam uji hipotesis menunjukkan bahwa hipotesis yang diberikan, diterima, dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya di lapangan.

Hasil penelitian ini dari hasil bantuan Smart PLS (*Partial Least Square*) yang menunjukkan nilai P-Value < 0,05 yaitu 0,600 dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan

¹⁹² Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Nasution 2004:55-57

kepuasan mahasiswa. Melihat hasil analisis di atas maka adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa Pascasarjana UIN Maulana Malik Malang dapat diterima dalam artian semua mahasiswa puas dengan pelayanan di kampus, sebagaimana yang dijelaskan juga oleh Kotler¹⁹³ terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk dan pelayanan, kepuasan konsumen, dan profitabilitas perusahaan. Pendapat tersebut mengandung pengertian bahwa semakin tinggi kualitas suatu barang atau jasa akan menyebabkan semakin tingginya kepuasan konsumen dan membentuk harga yang lebih tinggi serta biaya yang lebih rendah. Dan seperti halnya Royan¹⁹⁴ juga berpendapat bahwa pelanggan semakin sadar bahwa mereka tidak hanya ingin terpuaskan akan kebutuhan produk atau jasa, tetapi juga pelayanan yang menyenangkan. Daviddow dan Uttal¹⁹⁵ menyatakan bahwa pelayanan itu sendiri merupakan usaha yang dapat mempertinggi kepuasan pelanggan, semakin berkualitas pelayanannya maka semakin tinggi pula kepuasannya.

Demikian pula, sebagian besar mahasiswa puas dengan layanan yang diberikan oleh kampus. Bagi mahasiswa, kondisi ruang kelas sudah dianggap bersih dan nyaman namun dalam hal LDC proyektor masih kurang memadai dikarenakan masih banyak LCD proyektor yang disediakan di kelas-kelas yang tidak bisa digunakan sehingga harapannya pada kampus ada perbaikan

¹⁹³ Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 1998. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2. Jakarta .Prenhallindo. Hlm 48

¹⁹⁴ Royan, Frans M. 2004. Sukses Menjual Kenali Konsumen Anda. Yogyakarta : Andi. Hlm 2

¹⁹⁵ Sutopo dan Suryanto, 2003:9

untuk itu selain itu banyak kursi yang rusak yang seharusnya bisa digunakan namun tidak bisa digunakan ini merupakan himbauan untuk kampus agar segera dilakukan perbaikan untuk ke nyaman dan manfaat kita bersama. Demikian pula, bangunan gedung dinilai bagus (menarik) namun dalam parkir motor di kampus dirasa kurang nyaman dikarenakan kurang lebar sehingga sangat sulit motor masuk dan keluar. Terkait dengan penampilan fisik staf dan dosen, mahasiswa menilai secara umum staf dan dosen sudah berpenampilan rapi. Kualitas layanan perguruan tinggi ini semakin baik seiring dengan kesediaan staf dan dosen untuk meluangkan waktu membantu mahasiswa dan bersikap sangat ramah serta *responsive*. Kemampuan dosen yang memadai untuk mengajar dan menjalin komunikasi dua arah dengan mahasiswa juga semakin mendorong perbaikan kualitas layanan perguruan tinggi. Selain itu juga untuk perpustakaan di pascasarjana buku-buku yang tersedia di sana sangat minim sekali akan lebih baik lagi jika buku atau referensi di perpustakaan terus di tambah seiring dengan ke ilmunan yang terus berkembang.

Perguruan tinggi pascasarjana juga dinilai lebih baik dibandingkan dengan perguruan tinggi lain dan telah banyak dikenal oleh masyarakat luas. Berkaitan dengan nilai layanan, mahasiswa menilai kualitas layanan yang diberikan dianggap telah sesuai dengan biaya yang mereka- keluarkan. Demikian pula, dengan melihat tarif atau biaya studi di perguruan tinggi, kualitas layanan yang diberikan oleh perguruan tinggi secara umum sudah dinilai baik.

Secara keseluruhan, mahasiswa puas dengan layanan yang diberikan oleh pihak perguruan tinggi. Layanan yang diberikan oleh staf perguruan tinggi telah sesuai harapan. Demikian pula, mahasiswa juga merasa puas dengan kualitas dosen. Studi ini menemukan adanya pengaruh signifikan nilai layanan Pascasarjana terhadap kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, pengelola perguruan tinggi harus memberikan perhatian lebih pada faktor nilai layanan perguruan tinggi ini karena sangat menentukan kepuasan mahasiswa. Pihak pengelola harus selalu berupaya menciptakan berbagai inovasi layanan untuk semakin meningkatkan kualitas layanan yang ada. Namun, peningkatan kualitas layanan tersebut jangan sampai membebani mahasiswa, misalnya dengan menaikkan tarif atau biaya studi secara ekstrem.

Pihak pengelola sebaiknya mengembangkan berbagai program inovatif untuk meningkatkan kualitas layanan yang tidak banyak "memakan" biaya dan membebani mahasiswa. Mahasiswa dapat dilibatkan selama proses perumusan, implementasi, dan evaluasi berbagai program tersebut. Keterlibatan mahasiswa dalam setiap program juga sangat bermanfaat karena akan semakin mengembangkan hubungan emosional yang kuat antara mahasiswa dengan perguruan tinggi. Penelitian ini juga menemukan bahwa selain kualitas layanan perguruan tinggi, reputasi perguruan tinggi juga menentukan nilai layanan perguruan tinggi. Oleh karena itu, faktor ini juga patut diberi perhatian pengelola perguruan tinggi. Kinerja keuangan yang sehat dari waktu ke waktu merupakan salah satu faktor yang dapat membentuk reputasi sebuah perguruan tinggi. Selain itu, faktor visi dan kepemimpinan juga dapat menciptakan reputasi yang baik dari sebuah

perguruan tinggi. Perguruan tinggi yang memiliki visi ke depan yang jelas akan terus bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Demikian pula, kepemimpinan yang kuat dan visioner akan menghasilkan citra positif perguruan tinggi dalam jangka panjang.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kualitas layanan perguruan tinggi tidak secara langsung mempengaruhi kepuasan mahasiswa. Namun demikian, variabel ini tidak boleh diabaikan karena ikut mempengaruhi kepuasan mahasiswa secara tidak langsung, yaitu melalui pengaruhnya terhadap nilai layanan. Kualitas layanan dan nilai layanan perguruan tinggi merupakan faktor yang sangat menentukan kepuasan mahasiswa. Kepuasan mahasiswa menjadi faktor penting mengingat variabel ini dapat berdampak besar pada terciptanya kepercayaan dan kesetiaan mahasiswa terhadap perguruan tinggi. Mahasiswa yang percaya dan setia dengan perguruan tingginya sangat berperan dalam mengembangkan komunikasi dari mulut ke mulut yang positif tentang perguruan tinggi yang bersangkutan yaitu Pascasarjana UIN Maliki Malang.

Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat At-Takatsur ayat 1-5, yaitu:

أَهْلَاكُمُ التَّكَاثُرُ (1) حَتَّىٰ رُزِقْتُمُ الْمَقَابِرَ (2) كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (3) ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ (4) كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ

الْيَقِينِ (5) لَتَرَوُنَّ الْجَحِيمَ (6) ثُمَّ لَتَرَوُنَّهَا عَيْنَ الْيَقِينِ (7) ثُمَّ لَتَسْأَلُنَّ يَوْمَئِذٍ عَنِ النَّعِيمِ (8)

Artinya: “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk kedalam kubur. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) dan janganlah begitu,

kelak kamu akan mengetahui. Janganlah begitu ,jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin”.(QS. At-Takasur :1-5)

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aniek Indrawati (2011) yang menyatakan bahwa secara parsial dan simultan kualitas jasa yang diberikan oleh 122 lembaga Pendidikan Mental Aritmetika di kota Malang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, lembaga pendidikan yang memiliki tingkat kualitas pelayanan yang tinggi, akan mempengaruhi tingkat kualitas lembaga pendidikan itu sendiri secara keseluruhan. dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kualitas pendidikan secara keseluruhan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Suharno Pawirosumarto (2016), Indirwan (2016), Binti Nasukah (2004), yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di mana kelima dimensi pembentuk kualitas layanan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kualitas layanan. Dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibility* hal serupa juga telah di buktikan oleh penelitian yang dilakukan oleh Dodi Febri Aryadi (2013), Aditama Kusuma Atmaja (2011), Bagus Tri Leksono (2009) Aprohan Saputra (2016), yang menyatakan bahwa semakin baik layanan yang diberikan pada pelanggannya maka akan semakin puas pelanggan tersebut yang sehingga akan memberikan dampak yang sangat positif pada lembaga dan pelanggan itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan lembaga pendidikan Pascasarjana memiliki pengaruh yang

cukup besar terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Oleh karena itu, untuk dapat terus meningkatkan kepuasan mahasiswa, suatu lembaga harus mampu terus meningkatkan kualitas layanan pendidikannya. Karena dengan semakin meningkatnya kepuasan mahasiswa terhadap suatu lembaga Pascasarjana, maka akan semakin tinggi loyalitasnya. Selain itu, tidak hanya mampu meningkatkan kepuasan mahasiswa, peningkatan kualitas layanan pendidikan suatu lembaga Pascasarjana juga akan mampu meningkatkan keberhasilan mahasiswa dalam proses belajar. Pernyataan tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh *National Institute of Child Health and Human Development* (NICHD) dan *Effective Provision of Preschool Education* (EPPE) dalam Elliot (2006).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh NICHD dan EPPE dalam Elliot (2006) menyatakan bahwa pengalaman dan keberhasilan mahasiswa mampu diperoleh melalui lembaga Pascasarjana yang berkualitas tinggi dan memiliki program pengembangan. Oleh karena itu, sangat penting bagi suatu lembaga untuk dapat meningkatkan kualitas pendidikannya. Hal ini disebabkan karena dengan meningkatnya kualitas layanan pendidikan suatu lembaga, maka akan semakin berdampak positif terhadap berbagai pihak yang terkait, khususnya berdampak mahasiswa itu sendiri.

Dari paparan diatas telah terbagi mengenai pelayanan yang menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus berpusat pada kategori baik atau bisa dikatakan puas, tentu saja hal itu masih perlu untuk ditingkatkan lagi, supaya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi.

Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi *reliability* berpusat pada kategori sangat baik, sehingga perlu dipertahankan dan memperbaiki pelayanan yang masih kurang baik dalam dimensi *reliability*, terutama pada kemampuan Karyawan atau Tenaga Administrasi di bagian *receptionis* dan perpustakaan dalam memberikan pelayanan menggunakan prosedur pelayanan yang efisien.

Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi *responsiveness* berpusat pada kategori cukup baik, sehingga perlu adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi *responsiveness*, terutama pada kesediaan dosen untuk meningkatkan daya tanggapnya dalam menindak lanjuti keluhan mahasiswa.

Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dapat dilihat dari dimensi *assurance* berpusat pada kategori baik. Oleh karena itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi pelayanan dalam dimensi *assurance* terutama pada kemampuan yang mencakup kesopanan, dalam hal ini karyawan atau staff administrasi untuk dapat memberikan pelayanan tidak dengan ekspresi acuh dan ramah pada mahasiswa

Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi *empathy* berpusat pada kategori sangat baik, hanya saja perlu dipertahankan dan memperbaiki pelayanan yang masih kurang baik dalam dimensi *empathy*, terutama pada kehadiran dosen dalam pelaksanaan perkuliahan untuk lebih ditingkatkan lagi.

Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan di kampus dilihat dari dimensi *tangible* berpusat pada kategori

cukup baik, sehingga perlu diadakan peningkatan pelayanan dalam dimensi *tangible*. Untuk saran berikutnya yang menunjukkan bahwa harapan mahasiswa terhadap pelayanan di kampus sangat tinggi, tentu saja hal itu dapat menjadi motivasi untuk jajaran fungsionaris jurusan (dosen, karyawan dan fungsionaris setiap jurusan) dalam meningkatkan kinerja pelayanan yang diberikan. Dari hasil wawancara pada mahasiswa yang menjadi responden dalam penelitian ini dapat dikategorikan beberapa jawaban responden diantaranya yaitu dijelaskan dibawah ini:

1. Mengenai pelayanan yang menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus berpusat pada kategori baik atau bisa dikatakan puas, tentu saja hal itu masih perlu untuk ditingkatkan lagi, supaya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

- a. Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi *reliability* berpusat pada kategori sangat baik, sehingga perlu dipertahankan dan memperbaiki pelayanan yang masih kurang baik dalam dimensi *reliability*, terutama pada kemampuan Karyawan atau Tenaga Administrasi di bagian *receptionis* dan perpustakaan dalam memberikan pelayanan menggunakan prosedur pelayanan yang efisien.

- b. Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi *responsiveness* berpusat pada kategori cukup baik, sehingga perlu adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi *responsiveness*, terutama pada kesediaan dosen untuk meningkatkan daya tanggapnya dalam menindak lanjuti keluhan mahasiswa.

c. Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dapat dilihat dari dimensi assurance berpusat pada kategori baik. Oleh karena itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi pelayanan dalam dimensi assurance terutama pada kemampuan yang mencakup kesopanan, dalam hal ini karyawan atau staff administrasi untuk dapat memberikan pelayanan tidak dengan ekspresi acuh dan ramah pada mahasiswa

d. Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus dilihat dari dimensi empathy berpusat pada kategori sangat baik, hanya saja perlu dipertahankan dan memperbaiki pelayanan yang masih kurang baik dalam dimensi empathy, terutama pada kehadiran dosen dalam pelaksanaan perkuliahan untuk lebih ditingkatkan lagi.

e. Penilaian responden untuk persepsi mahasiswa terhadap pelayanan pendidikan di kampus dilihat dari dimensi tangible berpusat pada kategori cukup baik, sehingga perlu diadakan peningkatan pelayanan dalam dimensi tangible.

2. Berikutnya yang menunjukkan bahwa harapan mahasiswa terhadap pelayanan di kampus sangat tinggi, tentu saja hal itu dapat menjadi motivasi untuk jajaran fungsionaris jurusan (dosen, karyawan dan fungsionaris setiap jurusan) dalam meningkatkan kinerja pelayanan yang diberikan.

3. Bagi responden merasa kurang puas dengan pelayanan pendidikan di kampus tentu saja hal itu masih jauh dari pelayanan yang seharusnya diberikan. Untuk itu perlu adanya evaluasi serta perbaikan tentang sejauh mana tingkat pelayanan yang telah diberikan agar dapat sesuai maupun lebih

tinggi dari harapan mahasiswa. Maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

a. Adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi reliabilitas (reliability), dalam hal ini meningkatkan kemampuan dosen, karyawan dan staf atau petugas yang lainnya memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal agar dapat sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa. Misalnya dengan mengadakan pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan pelayanan pendidikan yang diberikan.

b. Adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi daya tanggap (responsiveness), dalam hal ini meningkatkan kesediaan dosen, karyawan dan staf administrasi untuk membantu para mahasiswa dan menyampaikan pelayanan secara cepat. Dalam hal ini bermakna kesediaan mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan mahasiswa agar dapat sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa. Misalnya dengan meningkatkan profesionalisme kinerja dari dosen, karyawan dan staf akademik agar lebih fokus terhadap pelayanan yang diberikan.

c. Adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi jaminan (assurance), dalam hal ini meningkatkan kemampuan dosen, karyawan dan staf akademik yang mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya (kredibilitas) dalam memberikan jaminan kepada mahasiswa sehingga menimbulkan persepsi bebas dari bahaya, resiko atau ke ragu-raguan dari pelayanan pendidikan yang diberikan agar dapat sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa.

d. Adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi empati (empathy), dalam hal ini meningkatkan kemudahan dosen, karyawan dan staf akademik dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan permasalahan atas kebutuhan individu mahasiswa agar dapat sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa. Misalnya dengan sering diadakannya kegiatan-kegiatan yang melibatkan mahasiswa dan jajaran jurusan, seperti melibatkan mahasiswa dalam kegiatan penelitian, kegiatan pertemuan-pertemuan antara dosen dengan mahasiswa dan lain sebagainya.

e. Adanya peningkatan pelayanan dalam dimensi bukti fisik (tangible), dalam hal ini meningkatkan dan memperbaiki penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil (dosen, karyawan dan staf akademik), dan bahan atau sarana komunikasi yang dimiliki kampus agar dapat sesuai dengan harapan pelanggan dalam hal ini mahasiswa

BAB VI

PENUTUP

C. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data serta paparan deskripsi hasil penelitian melalui pembahasan, maka penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas informasi memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dalam hal ini semakin berkualitas informasi yang disajikan pada mahasiswa maka mahasiswa akan merasa sangat puas yang artinya mahasiswa merasa senang atau bisa dikatakan puas apabila mahasiswa dengan sangat mudah mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan mudah serta informasi yang diterima tersebut benar-benar akurat dan dapat dipertanggung jawabkan.
2. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Dalam hal ini semakin baik pelayanan yang diberikan maka mahasiswa akan merasa sangat puas. Dalam artian bahwasanya mahasiswa memiliki harapan atau expectasi dalam mendapatkan pelayanan yang diharapkan apabila kenyataan yang diterima oleh mahasiswa tersebut memnuhi harapannya bahkan melebihi expectasinya sehingga mahasiswa akan sangat merasa puas dengan pelayanan tersebut

D. SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang dapat di berikan oleh peneliti antara lain :

1. Bagi lembaga / perguruan tinggi Pascasarjana

- a. Untuk saran mengenai pelayanan yang menunjukkan bahwa persepsi mahasiswa terhadap pelayanan di kampus berpusat pada kategori baik atau bisa dikatakan puas, tentu saja hal itu masih perlu untuk ditingkatkan lagi, supaya dapat memberikan pelayanan yang lebih baik lagi. Maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:
- b. Untuk saran berikutnya yang menunjukkan bahwa harapan mahasiswa terhadap pelayanan di kampus sangat tinggi, tentu saja hal itu dapat menjadi motivasi untuk Jajaran fungsionaris jurusan (dosen, karyawan dan fungsionaris setiap jurusan) dalam meningkatkan kinerja pelayanan yang diberikan.
- c. Untuk saran yang menunjukkan bahwa responden merasa kurang puas dengan pelayanan pendidikan di kampus tentu saja hal itu masih jauh dari pelayanan yang seharusnya diberikan. Untuk itu perlu adanya evaluasi serta perbaikan tentang sejauh mana tingkat pelayanan yang telah diberikan agar dapat sesuai maupun lebih tinggi dari harapan mahasiswa. Maka peneliti menyampaikan saran sebagai berikut:

2. Bagi peneliti lain

Untuk peneliti selanjutnya yang ingin menyempurnakan penelitian ini dan meneliti lebih jauh tentang kualitas informasi dan kualitas layanan yang ada di kampus ini dapat memperluas ruang lingkup penelitian dengan memperhatikan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan mahasiswa dan untuk memperhatikan sampel yang lebih detail serta dapat memperbaiki kelemahan yang ada pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman et.al, Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale, (*Journal of Retailing*, 1991)67: 420-450
- Abdul Rajak Husain, 1995, "*Penyelenggaraan Sistem Pendidikan Nasional*" (Solo: Penerbit Cv. Aneka)
- Adee Athiyaman, Linking student satisfaction and service quality perceptions: the case of university education. *European Journal of Marketing*, Vol. 31 No. 7, pp. 528-540.
- Aditama Kusuma Atmaja, 2011. "*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tiket Garuda di PT. Falah Fantastic Tour Travel*" Bogor, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Akh. Muwafik Saleh, *Public Service Communication*, (Malang: UMM Press, 2010)
- Alavi, M., and Gallupe, R.B. (2003) Using Information Technologi in Learning: Case Studies in Business and Management Education Programs. *Academic of Management Learning and Education*, 2(2), 139-153.
- Alireza Jalali & Mastura Jaafar, Service satisfaction: The case of a higher learning institution in Malaysia, (*Universal Journal of Education and General Studies*, 2013), Vol. 2(8) pp. 265-275
- Ananda Sabil Hussein, SE., M.Com., Ph.D. 2015, *Modul Ajar Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0*. Jurusan Manajemen
- Anantha Raj A. Arokiasamy & Abdul Ghani bin Abdullah, Service Quality And Students' Satisfaction At Higher Learning Institutions: A Case Study Of Malaysian University Competitiveness, *International Journal of Management and Strategy (IJMS)*, 2012), Vol. No.3, Issue 5, pp. 1-16
- Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan* (Surabaya: Raja Grafindo Persada: 2004)
- Antreas Athanassopoulos; Spiros Gounaris dan Vlassis Stathakopoulos, Behavioural responses to customer satisfaction: an empirical study, (*European Journal of Marketing*, 2001) Vol. 35 No. 5/6, pp. 687-707
- Ari Prabawati, 2010. *PAS (Panduan Aplikatif dan Solusi), Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Bagus Tri Leksono, 2009 "*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang Utama Semarang*"
- Bambang. 2010. *Menejemen Pemasaran*. Surabaya: Airlangga Press

- Basheer A. Al-Alak and Ahmad Salih Mheidi Alnaser, Assessing the Relationship Between Higher Education Service Quality Dimensions and Student Satisfaction. (*Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 2012), 6(1): 156-164
- Basu Swastha Dharmmesta & Hani Handoko, Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: BPFE, 2013), hlm.33
- Bergensen, Bard M. (2008) User Satisfaction and Influencing Issue. *Artikel*. www.iu.hio.no/~frodes/rm/bard.pd
- Binti Nasukah, 2004. "Analisis kepuasan mahasiswa atas Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus Di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). Thesis Pascasarjana UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Brookes, M. (2003). Higher Education: Marketing in A Quasi-Commercial Service Industry. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(2), 134-142.
- Brynjolfsson, E., and Hitt, E.L.M. (1989) Beyond the Productivity Paradox: Computers are the Catalyst for Bigger Changes. *Communication of The ACM*, 42(8), 49-55.
- Buchari Alma, 2005, "Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan", (Bandung: Alfabeta)
- Buchari Alma, 2009 "Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus Pada Mutu" dalam Buchari Alma dan Ratih Hurriyati (ed.), "Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan", (Bandung: Alfabeta)
- Buchari Alma,. 2005. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.
- C. Homburg, N. Koschate, and W.D. Hoyer, "Do satisfied customers really pay more? A study of the relationship between customer satisfaction and willingness to pay," (*Journal of Marketing*, 2005), vol. 69 (April), pp. 84-96
- Cangara, H, Hafied., 2005. Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta: Raja Grafindo. Persada.
- Curry, J. R. (2000) The Organizational Challenge: IT and Revolution in Higher Education. *Educause Review*, Maret/April, 40-48.
- Darmawan, Deni. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- Daryanto, Kamus Bahasa Indonesia Lengkap, (Surabaya, Apollo, 1997)
- Daulat P. Tampubolon, 2001, "Perguruan Tinggi Bermutu" Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.

- Dekeng Setyo dan Dessy Ari Rahmawati. 2015. *Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kualitas Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Serta Kinerja Pengguna Sistem Informasi*. Efektif Jurnal Bisnis dan Ekonomi Vol.6, No 1, Juni 2015, 47-59.
- DeLone, W. H. dan Ephraim R. McLean (2003) The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten – Year Update. *Journal of Management Information Systems/Spring* vol. 19. No. 4, pp. 9 – 30.
- DeLone, W. H., McLean, E. R. 1992. Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Inf. Syst. Res.*, vol. 3, no. 4:60–95.
- Dian Cempaka Oktavia, 2013 “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Nilai Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Kasus PO. Bus Safari Dharma Raya Temanggung) Skripsi universitas diponegoro Semarang 2013
- Dodi Febri Aryadi, 2013 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Giant Supermarket Dinoyo Malang Skripsi Universitas Brawijaya Malang.
- E.A. Anderson, Measuring Service Quality at A University Health Clinic. (*International Journal of Health Care Quality Assurance*, 1995), 8(2), pp. 32-37
- F.M. Hill, Managing service quality in higher education: the role of student as primary consumer (*Quality Assurance in Education*, 1995), 3: 10–21.
- Fátima de Jesus Henriques Silva & Paula Odete Fernandes, Importance-Performance Analysis As A Tool In Evaluating Higher Education Service Quality: The Empirical Results Of Estig (IPB), (*Creating Global Competitive Economies: A 360-Degree Approach*,), 306-315
- Firdaus Abdullah, Measuring service quality in higher education: HEdPERF versus SERVPERF. (*Marketing Intelligence & Planning*, 2006), Vol. 24, No. 1, pp. 31-47; Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. ‘Development’, pp. 412-416
- Geladi, Paul & Bruce R. Kowalski.1986. *Partial Least Square Regression: A Tutorial*. *Analytica Chimica Acta*. 185:1-17.
- Geyskens, I., Steenkamp, J.-B.E.M., dan Kumar, N., 1999. *A Meta-Analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships*. *Journal of Marketing Research*, 36: 223
- Ghozali, Imam, 2011, *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 3*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Gordon B. Davis, 1991. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen Bagian 1*. Jakarta: PT Pustaka Binamas Pressindo.

- Green, K.C (1998). The Ninth Annual Survey of Desktop Computing and Information Technology in Higher Education, Encino, Ca: *The Campus Computing Project*
- Green, K.C (1998). The Ninth Annual Survey of Desktop Computing and Information Technology in Higher Education, Encino, Ca: *The Campus Computing Project*
- Guimaraes, T., D. S. Staples, dan J. D. Keen. (2003) Empirically Testing Some Main User Related Factor for Systems development Quality. *Quality Management Journal*. Vol 10, No. 4, pp. 39 – 54
- H.A. Shirsavar, Shahram Gilaninia and Amin Mohammadi Almani, A Study of Factors Influencing Positive Word of Mouth in the Iranian Banking Industry, (*Middle-East Journal of Scientific Research*, 2012), 11 (4): 454-460
- Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press.
- Helena Alves & Mário Raposo, The Influence Of University Image In Student's Expectations, Satisfaction And Loyalty, (Annual EAIR Forum, Innsbruck, Austria, 2007)
- Helena Alves & Mário Raposo, The Influence of University Image in Student's Expectations, Satisfaction and Loyalty, (Annual EAIR Forum, Innsbruck, Austria, 2007), pp. 1-13
- Herwiyanti, Eliada. 2008. *Pengaruh Extrinsic Motivation, Absorptive Capacity, Dan Channel Richness Terhadap Sikap Individu Atas Perilaku Sharing Knowledge*".
- Howard Bowen (1971:42-43) dikutip oleh Buchari Alma, Pemasaran Jasa Pendidikan yang Fokus Pada Mutu, dalam Buchari Alma dan Ratih Hurriyati (ed.), *Manajemen Corporate & Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009)
- <http://himabioiainwalisongo.blogspot.com/2013/09/iain-walisongo-rangking-4-ptain-terbaik.html>, diakses tanggal 19 Februari 2018
- <http://id.wikipedia.org/wiki/Gestalt>, diakses tanggal 03 Maret 2014
- <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/statistik-5/> diakses pada tgl 4 Mei 2018 pada jam 18.49 Wib
- <http://kelembagaan.ristekdikti.go.id/index.php/statistik-5/> diakses pada tgl 4 Mei 2018 pada jam 18.49 Wib
- <http://mix.co.id/research/format-baru-persaingan-perguruan-tinggi-di-indonesia/>, diakses tanggal 2 Februari 2018
- <http://pasca.uin-malang.ac.id/#> di akses pada tanggal 6 mey 2018 pada jam 15.57 wib

- Ian G. Evans, *Marketing for School*, (New York: Cassel, 1995)
- Iivari, J. 2005. An Empirical Test of the Model of Information System Success. data base Adv. Inf. Syst. Vol. 36(2): 8–27
- Illias, A., Mohammad R. Y., Mohammad Z. A. R., dan Rahida, A. R. (2007) The Study of End – User Computing Satisfaction (EUCS) On Computerised Accounting System (CAS) Among Labuan F. T Government Sectors: A Case Study In the Responsibility Centres. Labuan e – *Journal of Muamalat and Society*. Vol 11, pp. 1 – 14
- Imam Suprayogo, Universitas Islam Unggul, (Malang: UIN Maliki Press, 2009),\
- Istianingsih dan Setyo H. Wijanto (2008) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefullness, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak: 23 – 25 Juli 2008
- Istianingsih dan Setyo H. Wijanto (2008) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Perceived Usefullness, dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi. *Simposium Nasional Akuntansi XI*. Pontianak: 23 – 25 Juli 2008
- J.Rowley., “Designing student feedback questionnaires”, (Quality Assurance in Education, 2003b), Vol. 11 No. 3, pp. 142-9, dalam Jacqueline Douglas; Alex Douglas and Barry Barnes. ‘Measuring’, pp. 251-267
- Jacqueline Douglas; Alex Douglas and Barry Barnes. 2006. Measuring student satisfaction at a UK university. (*Quality Assurance in Education*, 2006), Vol. 14 No. 3, pp. 251-267
- Jalal R. M. Hanaysha, Haim Hilman Abdullah and Ari Warokka, Service Quality and Students’ Satisfaction at Higher Learning Institutions: The Competing Dimensions of Malaysian Universities’ Competitiveness, (*Journal of Southeast Asian*, 2011), Vol. 2011, pp. 1-10, <http://www.ibimapublishing.com/journals/JSAR/jsar.html>
- Janson, M. A., dan Subramanian, A. (1996) Packaged software: Selection and Implementation Policies. *INFOR*, 34(2), 133-151
- Jawad, A. Q., and R. Reeves.1997. Successful Acquisition of IT Systems. *Working Paper*
- Jayaraman Munusamy et.al. Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia. (*International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2010), Vol. 1, No. 4, pp. 398-404;
- Jogiyanto HM, 1999. *Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Joseph F. Hair, et. Al. (*Prime Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*)
- K. Elliot; D. Shin, Assessing student satisfaction: an approach to help in the development of marketing strategy for a university, (Marketing Management Association, 1999)
- K. Elliot; M. Healy, Key factors influencing student satisfaction related to recruitment and retention, (Journal of Marketing for Higher Education, 2001), Vol. 10, No 4, pp.1-12
- K.S. Choi, H. Lee, C. Kim, and S. Lee, "The service quality dimensions and patient satisfaction relationships in South Korea: Comparisons across gender, age and types of service," (*Journal of Services Marketing*, 2005), vol. 19 no. 3, pp. 140-149
- Keegan, Et Al. 2002. Sosial Network. New York: International Inc
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 1998. Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2. Jakarta .Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2002). *Marketing Management*. Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Krisana Kitcharoen, 'The Importance-Performance Analysis', pp. 20-46
- Krisana Kitcharoen, The Importance-Performance Analysis Of Service Quality In Administrative Departments Of Private Universities In Thailand, (*ABAC Journal*, September- December, 2004), Vol. 24. No. 3, Pp. 20-46
- Krisana Kitchroen, 'Literatur', pp. 14-25; Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. 'Development' pp. 412-416
- Krisana Kitchroen, Literatur Review: Service Quality in Educational Institutions. (*ABAC Journal*. 2004), Vol. 24, No.2, pp. 14-25
- Krisana Kitchroen. 2004. ' , pp. 14-25 *Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem e-Learning*". Jurnal ilmiah manajemen, volume vi, no. 3, okt 2016
- Leonnard, et.al., The Loyalty Model Of Private University Student Study Case: STIKOM London School of Public Relation, (*International Journal of Information Technology and Business Management*, 2013), Vol.20 No.1, pp. 70-89
- Limsiritong & Kattiyapornpong, Assessing Service Quality Dimensions: A Study of the Construction Supplier Industry in Thailand, (*TMC Academic Journal*, 2010),

- Lo Liang Kheng, et.al. The Impact of Service Quality on Customer Loyalty: A Study of Banks in Penang, Malaysia. (*International Journal of Marketing Studies*, 2010), Vol. 2, No. 2, pp. 57-66
- Lo Liang, Kheng, et.al, 'The Impact', pp. 57-66 Lupiyoadi, R. danHamdani, A. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lyle R. Wetsch Phd. *Trust, Satisfaction and Loyalty in Customer Relationship Management: An Application of Justice Theory*, Journal Of Relationship Marketing
- M.P. Iglesias & M.J.Y. Guillén, Perceived Quality and Price: Their Impact on the Satisfaction of Restaurant Customers, (*International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2004), 16(6), 373-379
- Marcus; M. Zaharie; C. Osoian, "Student Satisfaction as a Quality Management Technique in Higher Education," (Computer Science and Information Technology - Spring Conference, 2009. IACSITSC '09), pp.388-391
- Marzuki Mahmud, *Manajemen Mutu Perguruan Tinggi*, (Jakarta: Rajawali Press, 2012)
- Maureen Brookes, Evaluating the 'Student Experience': An Approach to Managing and Enhancing Quality in Higher Education, (*Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 2003), Vol. 2, No. 1., pp. 17-26
- Michael, H., and Andreas, M.K (2004). *A Beginner's Guide to Partial Least Square Analysis*. Lawrence Erlbaum Association, Inc.
- Molla, A., dan Paul S. Licker (2001). E Commerce Systems Success: An Attempt To Extend And Respecify The DeLone and MacLean Model of IS Success. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol. 2, No.40
- ndirwan 2016 "Persepsi mahasiswa terhadap kualitas pelayanan akademik pascasarjana Uin Alauddin". Thesis Pascasarjana UIN Alauddin Makassar
- Neong Muhajir, *Metodologi Penelitian kualitatif* (Cet. VIII; Yogyakarta: Rake Selatan,
- Nguyen Minh Tuan, Effects of Service Quality and Price Fairness on Student Satisfaction. (*International Journal of Business and Social Science*, 2012) Vol. 3 No. 19: 132-150
- Oliver, Riscrd L, (1997), *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*. McGraw-Hill Education, Singapore
- Olsina, L., D. Godoy., G. J. Lafuente., dan G. Rossi (2008) "*Specifying Quality Characteristics And Attributes For Website*". www.gidis.ing.un/pam.edu-ar/downloads/pdfs/olsina_web-e.pdf

- P. A. Dabholkar, and J. W. Overby, "Linking process and outcome to service quality and customer satisfaction evaluations," (*International Journal of Service Industry Management*, 2005), vol. 16 no. 1, pp. 10-27
- Pai, Fan-yun, and Kai-i Huang. (2011). "Technological Forecasting & Social Change Applying the Technology Acceptance Model to the Introduction of Healthcare Information Systems." *Technological Forecasting & Social Change* 78(4): 650–60.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol.64 No. 1, 12-40.
- Pendis.kemenag.go.id/file/dokumen/ptaianalisis.pdf
- Philip Kotler, Manajemen Pemasaran, edisi millenium, terjemahan Indonesia oleh Hendra Teguh; Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2002),
- PP RI No.10 Th. 1999, Tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 1, ayat 1 dan 2
- PP RI No.10 Th. 1999, tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 1, ayat 6
- PP RI No.10 Th. 1999, tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 109 dan 110
- PP RI No.10 Th. 1999, *Tentang Pendidikan Tinggi*, Pasal 27
- Q.S. Al-Baqoroh: 267, dalam Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Depag, 1980)
- Rahim Mosahab, Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: A Test of Mediation, (*International Business Research*, 2010), Vol. 3, No. 4, pp. 72-80
- Ramzan, S., & Khan, M. I. (2010). *Dimension Reduction and Remedy of Multicollinearity Using Latent Variable Regression Methods*. World Applied Science Journal. 8 (4): 404-410.
- Riduan, 2008. *Skala Pengukuran Variable-Variable Penelitian*. Bandung:Alfabeta.
- Royan, Frans M. 2004. Sukses Menjual Kenali Konsumen Anda. Yogyakarta : Andi.
- Sarini Kodu, 2013. *Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza*, Jurnal emba, Issn 2303-1174 1251 vol.1 no.3 Hlm 1251-1259
- Sax, L.J., Astin, A. W., Korn, W. S., & Mahoney, K.M (1998). The American Fresman: National Norm for Fall. *Higher Education Research* Institue, University of California at Los Angles Graduate School of education and Information Studies.

- Sedarmayanti, 2001, Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja; Bandung: CV. Mandar Maju.
- Seddon, P.B. and Kiew, M.Y. (1994) A Partial Test and Development of the DeLone and McLean model of IS Success. *Australasian Journal of Information Systems*, 4, 90-109. ¹ Seddon, P., B., and Yip, S., K. 1992. "An Empirical Evaluation of User Information Satisfaction (UIS) Measures for Use with General Ledger Accounting Software." *Journal of Information System*, Vol. 6, No 1, pp 75- 92
- Silke Jurkowitsch, Claudio Vignali, Hans-Rüdiger Kaufmann, A Student Satisfaction Model For Austrian Higher Education Providers Considering Aspects Of Marketing Communications, (*Special Edition On Consumer Satisfaction – Global Perspective*, 2006), Pp. 9-23
- Sopiatin, popi. (2010). Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Siswa. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. 'Development', pp. 412-416
- Subrahmanyam Annamdevula and Raja Shekhar Bellamkonda. Development of HiEdQUAL for Measuring Service Quality in Indian Higher Education Sector. (*International Journal of Innovation, Management and Technology*, 2012), Vol. 3, No. 4, pp. 412-416
- Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2010. "*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*", Bandung: Alfabeta Bandung.
- Suh Li Phang, *Factors influencing international students' study destination decision abroad*, Thesis: University of Gothenburg (Gothenburg: Sweden, 2013).
- Suharno, *Pengaruh Computer Self-efficacy terhadap kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, penggunaan, kepuasan pengguna, dan dampak individu (study pada mahasiswa pengguna sistem e-learning di kopertis wilayah III Jakarta)*, (Disertasi Universitas Brawijaya Malang, 2014),
- Suharsimi Arikunto, Manajemen Penelitian, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010),
- Suniti Phadke, Modeling the Determinants of Student Loyalty in Indian Higher Education Setting, (*International Conference on Management, Behavioral Sciences and Economics Issues, 2011 (ICMBSE'2011)*), 262-264
- Supranto, 2011, Statistik Teori dan Aplikasi, Erlangga, Jakarta.

Supriatna, Dicky dan Tjhai Fung Jin (2006). Analisis Pengaruh Kepuasan Pengguna Public Computer Terhadap Efisiensi dan Efektifitas mahasiswa Trisakti School Of Management. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol 8, No. 2, Agustus. Pp. 111 – 134

Supriono, Nano. “Arti Perguruan Tinggi,” (<http://www.id.shvoong.com/social-sciences/education/2124265-arti-perguruan-tinggi/>, diakses 01 Februari 2018).

Sutabri, Tata 2005, Sistem Informasi Manajemen, Andi, Yogyakarta.Hlm 35¹
Hanne Sørum Rony Medaglia Kim Normann Andersen Murray Scott William DeLone, (2012), "Perceptions of information system success in the public sector", *Transforming Government: People, Process and Policy*, Vol. 6 Iss 3 pp. 239 - 257.

Sutanta.2004. Sistem Basis Data. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sutardji dan Sri Ismi Maulidyah (2006). Analisis Beberapa Faktor Yang Berpengaruh Pada Kepuasan Pengguna Perpustakaan: Studi kasus di perpustakaan balai penelitian tanaman kacang – kacang dan umbi – umbian. *Jurnal Perpustakaan Pertanian*, Vol, 15, No. 2

Tata Sutabri. 2005. *Analisis Sistem Informasi*. Andi. Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-undang Republik Indonesia No. 12 Tahun 2012, Pasal 1 no 7 dan 8

Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. ‘Services’,

Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. (United States of America: Irwin McGraw-Hill, 2000),

Valerie A. Zeithaml, Dan Mary Jo Bitner. *Services*, hlm. 74; Basheer A. Al-Alak and Ahmad Salih Mheidi Alnaser, ‘Assessing’, pp. 156-164

Wadwa, Raja. 2006. *School Organization. Journal Of Education*. Vol 72.

Wahid, Fathul (2004). Teknologi Informasi di Perguruan Tinggi Peluang dan Tantangan. *Makalah* yang dipresentasikan pada Seminar Nasional: Aplikasi Teknologi Informasi dan Penyehatan Perguruan Tinggi di Yogyakarta

Weksi Budiaji1. 2013. *Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and the Number of Responses In Likert Scale)*. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan* Vol. 2 No. 2 Hal: 127-133 ISSN 2302-6308.

www.webometrics.com. Diakses tanggal 22 Desember 2018

Yusuf Hamdan, Penerapan Konsep “7 Habits.

Zainal Arifin, Penelitian Pendidikan Metode Dan Paradigma Baru. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012)

Zaithaml, Bitner and Gremler, 2006. Service Marketing. Fourth Edicition, Prentice Hall; Exclusive right by Mc Graw-Hill.

Zboja, J. and C.M. Voorhees, (2006), “*The Impact of Brand Trust and Satisfaction on Retailer Repurchase Intentions,*” *Journal of Service Marketing*, Vol. 20, No. 5, pp 381-390.

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman dalam Nasution 2004:55-57

Zviran, M., Nava Plinskin dan Ron Lewi (2005) Measuring User Satisfaction and Perceived Usefullness In the ERP Context. *Journal of Computer Information Systems*, Spring.



Lampiran 1 :**ANGKET****A. Identitas Responden:**

1. Nama :
2. Prodi/Jurusan :
3. Semester :
4. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan*)

B. Keterangan

1. Kajian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas informasi yang disajikan pascasarjana dan pelayanan akademik di Pascasarjana UIN Maliki Malang
2. Saudara mendapatkan kepercayaan terpilih sebagai responden, dimohon untuk mengisi seluruh instrumen ini sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan keadaan yang sebenarnya.
3. Partisipasi saudara untuk mengisi instrumen ini secara objektif sangat besar artinya bagi Pascasarjana UIN Maliki Malang guna mendapatkan masukan yang akurat dalam rangka perbaikan dan peningkatan pelayanan akademik kedepan.
4. Jawaban Saudara dijamin kerahasiaan dan tidak memiliki dampak negatif dalam bentuk apapun.
5. Pilihlah salah satu dari alternatif yang disediakan dengan cara memberikan ceklis (✓) pada kolom yang tersedia
6. Ada lima alternatif jawaban yang dapat saudara pilih, yaitu:

STS: Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

* coret salah satu

ANGKET KUALITAS INFORMASI

NO	PERNYATAAN	Alternative Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Relevan						
1	Pelayanan pendidikan pascasarjana selaras dengan spp yang dibayarkan mahasiswa					
2	Informasi jadwal kuliah yang disajikan pascasarjana sesuai dengan kepentingan mahasiswa					
3	Informasi jadwal (kuliah, ujian dll) yang disampaikan pascasarjana sesuai dengan kepentingan akademik mahasiswa					
4	Pascasarjana menyampaikan informasi beasiswa					
5	Informasi administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana relevan dengan kepentingan mahasiswa					
6	Informasi-infrormasi yang disajikan di web pascasarjana relevan dengan kebutuhan mahasiswa					
Akurat						
1	Informasi pembayaran ukt pascasarjana konsisten					
2	Informasi jadwal kuliah yang disajikan pascasarjana konsisten					
3	Informasi pelaksanaan ujian yang disajikan pascasarjana konsisten					
4	Informasi kegiatan akademik yang diumumkan pascasarjana akurat					
5	Informasi beasiswa yang disampaikan pascasarjana akurat					
6	Informasi administrasi perkuliyahan yang disajikan pascasarjana akurat					
7	Informasi yang disajikan di web pascasarjana akurat					
Timelines						
1	Informasi pembayaran ukt yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
2	Informasi jadwal kuliah yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
3	Informasi pelaksanaan ujian (uts, uas, seminar proposal, sidang tesis/disertasi) yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
4	Informasi kegiatan akademik (seminar, workshop, pelatihan) yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
5	Informasi beasiswa yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
6	Informasi administrasi perkuliyahan yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
7	Informasi (jadwal kuliah, jadwal ujian, adminitrasi					

	perkuliahan dll) yang disajikan di web pascasarjana tepat waktu					
--	---	--	--	--	--	--



ANGKET KUALITAS LAYANAN

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Alternative Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
A. Tangibles (Bukti Fisik, Sarana Pendidikan)						
1	Penampilan dosen pascasarjana rapi, elegan dan menarik					
2	Penampilan staf administrasi (petugas receptionis, satpam, perpustakaan) pascasarjana rapi, elegan dan menarik					
3	Lingkungan pascasarjana nyaman					
4	Ruang tunggu receptionis pascasarjana nyaman					
5	Ruang baca perpustakaan pascasarjana nyaman					
6	Masjid nyaman untuk beribadah					
7	Fasilitas belajar pascasarjana lengkap (whiteboard, lcd, ac dll)					
8	Buku di perpustakaan sesuai dengan cakupan program study					
9	Barang yang dijual koperasi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					
10	Kondisi parkir kampus pascasarjana nyaman					
11	Kondisi ruang kuliah kursi tertata rapi, udara sejuk dan nyaman					
12	Buku di perpustakaan tertata rapi					
13	Receptionis terlihat rapi dan indah dilihat					
14	Ruang belajar bersih					
15	Toilet dipascasarjana bersih dan wangi					
16	Masjid bersih					
17	Perpustakaan bersih					
18	Receptionis bersih					
19	Hall bersih					
B. Empaty (Kepedulian)						
		STS	TS	N	S	SS
1	Staf administrasi pascasarjana peduli pada mahasiswa					
2	Dosen pascasarjana peduli pada mahasiswa					
3	Kaprodi pascasarjana peduli pada mahasiswa					
4	Dosen pascasarjana bersedia membantu mahasiswa yang mengalami masalah					
5	Dosen pascasarjana bersikap terbuka dan kooperatif pada mahasiswa					
6	Dosen pembimbing bersedia memberikan bimbingan pada mahasiswa					
7	Dosen pembimbing muda ditemui					
8	Staf administrasi pascasarjana muda ditemui mahasiswa					
9	Kaprodi mudah ditemui mahasiswa					
C. Responsiveness (Sikap Tanggap)						
		STS	TS	N	S	SS
1	Staf administrasi pascasarjana memberikan layanan yang					

	cepat dan tepat pada mahasiswa					
2	Kaprodi pascasarjana menjalankan tugasnya dengan tepat					
3	Dosen pascasarjana menjawab pertanyaan mahasiswa dengan tepat					
4	Staf administrasi bersedia menyelesaikan permasalahan mahasiswa					
5	Kaprodi pascasarjana bersedia menyelesaikan permasalahan mahasiswa					
6	Staf administrasi pascasarjana tanggap dalam merespon kepentingan mahasiswa					
7	Kaprodi pascasarjana tanggap dalam merespon kepentingan mahasiswa					
D. Reliability (Kehandalan, Dosen dan Staf Akademik)		STS	TS	N	S	SS
1	Dosen menyampaikan materi dengan ilmiah					
2	Dosen pascasarjana memberikan modul/silabus pada mahasiswa sesuai dengan mata kuliah					
3	Penilaian dosen pada tugas kuliah dan ujian dilakukan secara obyektif					
4	Dosen pascasarjana mampu memberikan bimbingan tesis dan disertasi					
5	Dosen pascasarjana mampu dalam memberikan arahan tesis/disertasi berdasarkan permasalahan penelitian mahasiswa					
6	Kepala program study Pascasarjana (Kaprodi) mempunyai kompetensi selaras dengan program study					
7	Staf administrasi pascasarjana mampu menjawab pertanyaan mahasiswa					
8	Staf administrasi pascasarjana mempunyai kemampuan untuk melayani mahasiswa					
9	Dosen pascasarjana datang tepat waktu					
10	Staf administrasi datang tepat waktu					
11	Jam operasional pelayanan mahasiswa pasacasarjana sesuai ketentuan yang berlaku					
E. ASSURANCE (Jaminan)		STS	TS	N	S	SS
1	Kampus pascasarjana UIN Maliki Malang terakreditasi dengan baik					
2	Program study pascasarjana terakreditasi baik					
3	Kampus Pascasarjana mempunyai reputasi baik di masyarakat					
4	Ijazah pascasarjana di akui dan diterima oleh lembaga lain					
5	Kurikulum yang termuat dalam program pascasarjana mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa sesuai bidangnya					
6	Pascasarjana dapat melahirkan lulusan mahasiswa yang					

	berkwalitas					
7	Staf administrasi pascasarjana ramah dan sopan pada mahasiswa					
8	Dosen pascasarjana memiliki sikap ramah dan sopan ketika berkomunikasi dengan mahasiswa/ orang lain					
9	Kaprodi pascasarjana bersikap ramah pada mahasiswa dalam melayani kebutuhan mahasiswa					
10	Lingkungan pascasarjana aman					



ANGKET KEPUASAN MAHASISWA

No	Pernyataan	Alternative Jawaban				
		STS	TS	N	S	ST
1	Kampus pascasarjana UIN Maliki Malang terakreditasi dengan baik					
2	Relevance informasi kegiatan akademik dan administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa					
3	Accuracy informasi administrasi akademik yang disajikan pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
4	Ketepatan informasi akademik dan administrasi perkuliahan mahasiswa pascasarjana yang disajikan pascasarjana sesuai kenyataan					
5	Fasilitas/ infrastruktur pascasarjana sesuai dengan harapan mahasiswa					
6	Rasa empati para dosen dan staff administrasi pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
7	Ketersediaan staf administrasi pascasarjana dalam membantu permasalahan mahasiswa sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa					
8	Kompetensi staf administrasi dan kaprodi pascasarjana dalam melayani mahasiswa sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
9	Tingkat kompetensi dosen pengajar mata kuliah pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
10	Reputasi kampus yang mudah mendapatkan pekerjaan sesuai dengan kenyataan					
11	Kurikulum pasacasarjana yang melahirkan mahasiswa kompeten sesuai dengan kenyataan					

ANGKET YANG DISERIKAN PADA RESPONDEN

Kuisisioner

**KUALITAS INFORMASI DAN
KUALITAS LAYANAN
PASCASARJANA UIN MALIKI MALANG**



PROGAM MAGISTER MANAJEMEN
PENDIDIKAN ISLAM SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG

C. Identitas Responden:

5. Nama :
6. Prodi/Jurusan :
7. Semester :
8. Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan*)

D. Keterangan

7. Kajian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas informasi yang disajikan pascasarjana dan pelayanan akademik di Pascasarjana UIN Maliki Malang
8. Saudara mendapatkan kepercayaan terpilih sebagai responden, dimohon untuk mengisi seluruh instrumen ini sesuai dengan pengalaman, pengetahuan, persepsi, dan keadaan yang sebenarnya.
9. Partisipasi saudara untuk mengisi instrumen ini secara objektif sangat besar artinya bagi Pascasarjana UIN Maliki Malang guna mendapatkan masukan yang akurat dalam rangka perbaikan dan peningkatan pelayanan akademik kedepan.
10. Jawaban Saudara dijamin kerahasiaan dan tidak memiliki dampak negatif dalam bentuk apapun.
11. Pilihlah salah satu dari alternatif yang disediakan dengan cara memberikan ceklis (✓) pada kolom yang tersedia
12. Ada lima alternatif jawaban yang dapat saudara pilih, yaitu:
- STS: Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

* coret salah satu

NO	DAFTAR PERNYATAAN	Alternative Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pelayanan pendidikan pascasarjana selaras dengan spp yang dibayarkan mahasiswa					
2	Informasi jadwal (kuliah, ujian dll) yang disajikan pascasarjana sesuai dengan kepentingan mahasiswa					
3	Informasi kegiatan akademik (seminar, workshop, pelatihan) yang diumumkan pascasarjana relevan dengan kepentingan akademik mahasiswa					
4	Pascasarjana menyampaikan informasi beasiswa					
5	Informasi administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana relevan dengan kepentingan mahasiswa					
6	Informasi-infrormasi yang disajikan di web pascasarjana relevan dengan kebutuhan mahasiswa					
7	Informasi pembayaran ukt pascasarjana konsisten					
8	Informasi jadwal kuliah yang disajikan pascasarjana konsisten					
9	Informasi pelaksanaan ujian yang disajikan pascasarjana konsisten					
10	Informasi kegiatan akademik yang diumumkan pascasarjana akurat					
11	Informasi beasiswa yang disampaikan pascasarjana akurat					
12	Informasi administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana akurat					
13	Informasi yang disajikan di web pascasarjana akurat					
14	Informasi pembayaran ukt yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
15	Informasi jadwal kuliah yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
16	Informasi pelaksanaan ujian (uts, uas, seminar proposal, sidang tesis/disertasi) yang disajikan pascasarjana tepat waktu					
17	Informasi kegiatan akademik (seminar, workshop, pelatihan) yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
18	Informasi beasiswa yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
19	Informasi administrasi perkuliahan yang diumumkan pascasarjana tepat waktu					
20	Informasi (jadwal kuliah, jadwal ujian, adminitrasi perkuliahan dll) yang disajikan di web pascasarjana tepat waktu					
21	Penampilan dosen pascasarjana rapi, elegan dan menarik					

22	Penampilan staf administrasi (petugas receptionis, satpam, perpustakaan) pascasarjana rapi, elegan dan menarik					
23	Lingkungan pascasarjana nyaman					
24	Ruang tunggu receptionis pascasarjana nyaman					
25	Ruang baca perpustakaan pascasarjana nyaman					
26	Masjid nyaman untuk beribadah					
27	Fasilitas belajar pascasarjana lengkap (whiteboard, lcd, ac dll)					
28	Buku di perpustakaan sesuai dengan cakupan program study					
29	Barang yang dijual koperasi sesuai dengan kebutuhan mahasiswa					
30	Kondisi parkir kampus pascasarjana nyaman					
31	Kondisi ruang kuliah kursi tertata rapi, udara sejuk dan nyaman					
32	Buku di perpustakaan tertata rapi					
33	Ruang belajar bersih					
34	Toilet dipascasarjana bersih dan wangi					
35	Masjid bersih					
36	Perpustakaan bersih					
37	Receptionis bersih					
38	Hall bersih					
39	Staf administrasi pascasarjana peduli pada mahasiswa					
40	Dosen pascasarjana peduli pada mahasiswa					
41	Kaprodi pascasarjana peduli pada mahasiswa					
42	Dosen pascasarjana bersedia membantu mahasiswa yang mengalami masalah					
43	Dosen pascasarjana bersikap terbuka dan kooperatif pada mahasiswa					
44	Dosen pembimbing bersedia memberikan bimbingan pada mahasiswa					
45	Dosen pembimbing muda ditemui					
46	Staf administrasi pascasarjana muda ditemui mahasiswa					
47	Kaprodi mudah ditemui mahasiswa					
48	Staf administrasi pascasarjana memberikan layanan yang cepat dan tepat pada mahasiswa					
49	Kaprodi pascasarjana menjalankan tugasnya dengan tepat					
50	Dosen pascasarjana menjawab pertanyaan mahasiswa dengan tepat					
51	Staf administrasi bersedia menyelesaikan permasalahan mahasiswa					

52	Kaprodi pascasarjana bersedia menyelesaikan permasalahan mahasiswa					
53	Staf administrasi pascasarjana tanggap dalam merespon kepentingan mahasiswa					
54	Kaprodi pascasarjana tanggap dalam merespon kepentingan mahasiswa					
55	Dosen menyampaikan materi dengan ilmiah					
56	Dosen pascasarjana memberikan modul/silabus pada mahasiswa sesuai dengan mata kuliah					
57	Penilaian dosen pada tugas kuliah dan ujian dilakukan secara obyektif					
58	Dosen pascasarjana mampu memberikan bimbingan tesis dan disertasi					
59	Dosen pascasarjana mampu dalam memberikan arahan tesis/disertasi berdasarkan permasalahan penelitian mahasiswa					
60	Kepala progam study Pascasarjana (Kaprodi) mempunyai kompetensi selaras dengan progam study					
61	Staf administrasi pascasarjana mampu menjawab pertanyaan mahasiswa					
62	Staf administrasi pascasarjana mempunyai kemampuan untuk melayani mahasiswa					
63	Dosen pascasarjana datang tepat waktu					
64	Staf administrasi datang tepat waktu					
65	Jam operasional pelayanan mahasiswa pasacasarjana sesuai ketentuan yang berlaku					
66	Kampus pascasarjana UIN Maliki Malang terakreditasi dengan baik					
67	Progam study pascasarjana terakreditasi baik					
68	Kampus Pascasarjana mempunyai reputasi baik di masyarakat					
69	Ijazah pascasarjana di akui dan diterima oleh lembaga lain					
70	Kurikulum yang termuat dalam program pascasarjana mampu meningkatkan kompetensi mahasiswa sesuai bidangnya					
71	Pascasarjana dapat melahirkan lulusan mahasiswa yang berkualitas					
72	Staf adiministrasi pascasarjana ramah dan sopan pada mahasiswa					
73	Dosen pascasarjana memiliki sikap ramah dan sopan ketika berkomunikasi dengan mahasiswa/ orang lain					
74	Kaprodi pascasarjana bersikap ramah pada mahasiswa					

	dalam melayani kebutuhan mahasiswa					
75	Lingkungan pascasarjana aman					
76	Kampus pascasarjana UIN Maliki Malang terakreditasi dengan baik					
77	Relevance informasi kegiatan akademik dan administrasi perkuliahan yang disajikan pascasarjana sesuai harapan mahasiswa					
78	Accuracy informasi administrasi akademik yang disajikan pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
79	Ketepatan informasi akademik dan administrasi perkuliahan mahasiswa pascasarjana yang disajikan pascasarjana sesuai kenyataan					
80	Fasilitas/ infrastruktur pascasarjana sesuai dengan harapan mahasiswa					
81	Rasa empati para dosen dan staff administrasi pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
82	Ketersediaan staf administrasi pascasarjana dalam membantu permasalahan mahasiswa sesuai dengan yang diharapkan mahasiswa					
83	Kompetensi staf administrasi dan kaprodi pascasarjana dalam melayani mahasiswa sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
84	Tingkat kompetensi dosen pengajar mata kuliah pascasarjana sesuai yang dipikirkan mahasiswa					
85	Reputasi kampus yang mudah mendapatkan pekerjaan sesuai dengan kenyataan					
86	Kurikulum pasacasarjana yang melahirkan mahasiswa kompeten sesuai dengan kenyataan					

Mohon diberikan tanggapan bebas, saran dan kritik terhadap layanan pascasarjana untuk pascasarjana yang lebih baik

1)

2)

3)

4)

5)



Lampiran 2 :

Nilai Outer VIF Value (Second Order)

Indikator	VIF
X1.1.1	1,139
X1.1.1	1,276
X1.1.2	1,347
X1.1.2	2,380
X1.1.3	1,200
X1.1.3	1,515
X1.1.4	1,050
X1.1.4	1,462
X1.1.5	1,181
X1.1.5	1,390
X1.1.6	1,089
X1.1.6	1,311
X1.2.1	1,147
X1.2.1	1,436
X1.2.2	1,790
X1.2.2	2,233
X1.2.3	1,783
X1.2.3	1,951
X1.2.4	1,369
X1.2.4	1,658
X1.2.5	1,304
X1.2.5	1,810
X1.2.6	1,462
X1.2.6	1,820
X1.2.7	1,373
X1.2.7	1,874
X1.3.1	1,192
X1.3.1	1,483
X1.3.2	1,884

X1.3.2	2,477
X1.3.3	1,577
X1.3.3	2,082
X1.3.4	1,608
X1.3.4	2,216
X1.3.5	1,305
X1.3.5	1,671
X1.3.6	1,894
X1.3.6	2,154
X1.3.7	1,867
X1.3.7	1,941
X2.1.1	1,702
X2.1.1	2,416
X2.1.10	2,250
X2.1.11	1,526
X2.1.11	2,812
X2.1.12	1,508
X2.1.12	2,383
X2.1.13	1,785
X2.1.13	2,999
X2.1.14	1,573
X2.1.14	3,835
X2.1.15	1,548
X2.1.15	2,449
X2.1.16	2,489
X2.1.16	3,901
X2.1.17	2,631
X2.1.17	3,921
X2.1.18	1,640
X2.1.18	2,662
X2.1.2	1,816
X2.1.2	3,932
X2.1.3	1,428

X2.1.3	2,376
X2.1.4	1,439
X2.1.4	2,601
X2.1.5	1,694
X2.1.5	2,618
X2.1.6	1,280
X2.1.6	2,948
X2.1.7	1,449
X2.1.7	2,999
X2.1.8	1,526
X2.1.8	2,572
X2.1.9	3,250
X2.2.1	1,377
X2.2.1	3,678
X2.2.2	1,517
X2.2.2	3,323
X2.2.3	1,524
X2.2.3	3,527
X2.2.4	1,730
X2.2.4	3,161
X2.2.5	2,650
X2.2.6	1,433
X2.2.6	2,856
X2.2.7	1,496
X2.2.7	2,899
X2.2.8	1,423
X2.2.8	3,626
X2.2.9	1,533
X2.2.9	3,395
X2.3.1	1,617
X2.3.1	2,975
X2.3.2	1,614
X2.3.2	3,863

X2.3.3	1,442
X2.3.3	2,692
X2.3.4	1,956
X2.3.4	3,581
X2.3.5	1,538
X2.3.5	2,970
X2.3.6	1,868
X2.3.6	3,760
X2.3.7	1,473
X2.3.7	3,814
X2.4.1	1,603
X2.4.1	2,498
X2.4.10	1,305
X2.4.10	2,975
X2.4.11	1,227
X2.4.11	2,493
X2.4.2	1,622
X2.4.2	2,803
X2.4.3	3,395
X2.4.4	1,717
X2.4.4	3,809
X2.4.5	1,735
X2.4.5	3,660
X2.4.6	1,637
X2.4.6	2,894
X2.4.7	1,647
X2.4.7	2,860
X2.4.8	1,687
X2.4.8	2,856
X2.4.9	1,488
X2.4.9	2,299
X2.5.1	2,073
X2.5.1	3,274

X2.5.10	1,433
X2.5.10	2,700
X2.5.2	2,324
X2.5.2	4,561
X2.5.3	1,883
X2.5.3	2,948
X2.5.4	1,730
X2.5.4	3,146
X2.5.5	1,599
X2.5.5	3,272
X2.5.6	1,628
X2.5.6	2,976
X2.5.7	1,296
X2.5.7	3,346
X2.5.8	1,597
X2.5.8	2,696
X2.5.9	1,405
X2.5.9	2,369
Y1	1,283
Y10	2,319
Y11	1,986
Y2	1,031
Y3	2,032
Y4	2,000
Y5	1,987
Y6	2,202
Y7	2,245
Y8	2,030
Y9	1,869

Nilai Outer VIF Value (Fist Order)

Indikator	VIF
Accurat	1,867
Assurance	1,880
Empaty	2,962
Relevan	1,682
Reliability	2,421
Responsivenes	2,778
Tangible	2,313
Timelines	1,863
Y1	1,274
Y10	2,319
Y11	1,986
Y3	2,030
Y4	1,981
Y5	1,986
Y6	2,195
Y7	2,245
Y8	2,028
Y9	1,868

Lampiran 3 :

Signifikansi Outer Weight Second Order

Indikator	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values
X1.1.1 -> Relevan	0,325	0,310	0,116	2,788	0,005
X1.1.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,129	0,110	0,060	2,146	0,032
X1.1.2 -> Relevan	0,322	0,314	0,170	1,897	0,058
X1.1.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,025	0,026	0,061	0,403	0,687
X1.1.3 -> Relevan	0,213	0,187	0,128	1,667	0,096
X1.1.3 -> Kualitas Informasi (X1)	0,167	0,149	0,074	2,251	0,025
X1.1.4 -> Relevan	0,394	0,345	0,138	2,845	0,005
X1.1.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,124	0,112	0,078	1,587	0,113
X1.1.5 -> Relevan	0,146	0,148	0,095	1,546	0,123
X1.1.5 -> Kualitas Informasi (X1)	-0,030	-0,029	0,049	0,618	0,537
X1.1.6 -> Relevan	0,391	0,410	0,128	3,049	0,002
X1.1.6 -> Kualitas Informasi (X1)	0,094	0,093	0,062	1,507	0,132
X1.2.1 -> Accurat	0,415	0,406	0,099	4,178	0,000
X1.2.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,285	0,263	0,092	3,102	0,002
X1.2.2 -> Accurat	0,109	0,086	0,152	0,716	0,474
X1.2.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,014	0,003	0,103	0,138	0,891
X1.2.3 -> Accurat	-0,046	-0,036	0,100	0,458	0,647
X1.2.3 -> Kualitas Informasi (X1)	-0,065	-0,054	0,074	0,878	0,381
X1.2.4 -> Accurat	0,149	0,112	0,150	0,988	0,324
X1.2.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,015	-0,009	0,106	0,146	0,884
X1.2.5 -> Accurat	0,348	0,324	0,100	3,493	0,001
X1.2.5 -> Kualitas	0,189	0,166	0,097	1,945	0,052

Informasi (X1)					
X1.2.6 -> Accurat	0,449	0,453	0,113	3,981	0,000
X1.2.6 -> Kualitas Informasi (X1)	0,288	0,275	0,089	3,239	0,001
X1.2.7 -> Accurat	0,159	0,168	0,110	1,451	0,147
X1.2.7 -> Kualitas Informasi (X1)	0,080	0,084	0,083	0,965	0,335
X1.3.1 -> Timelines	0,278	0,301	0,128	2,175	0,030
X1.3.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,112	0,134	0,075	1,503	0,133
X1.3.2 -> Timelines	0,335	0,330	0,169	1,980	0,048
X1.3.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,243	0,244	0,100	2,426	0,016
X1.3.3 -> Timelines	0,316	0,274	0,134	2,363	0,019
X1.3.3 -> Kualitas Informasi (X1)	0,018	0,008	0,070	0,264	0,792
X1.3.4 -> Timelines	0,353	0,354	0,104	3,400	0,001
X1.3.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,103	0,118	0,073	1,421	0,156
X1.3.5 -> Timelines	0,322	0,316	0,143	2,261	0,024
X1.3.5 -> Kualitas Informasi (X1)	0,079	0,079	0,062	1,267	0,206
X1.3.6 -> Timelines	-0,044	-0,068	0,127	0,346	0,729
X1.3.6 -> Kualitas Informasi (X1)	-0,015	-0,026	0,063	0,242	0,809
X1.3.7 -> Timelines	-0,060	-0,073	0,105	0,573	0,567
X1.3.7 -> Kualitas Informasi (X1)	0,001	-0,013	0,052	0,015	0,988
X2.1.1 -> Tangible	0,042	0,051	0,112	0,373	0,709
X2.1.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,007	0,015	0,067	0,110	0,912
X2.1.10 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,051	-0,040	0,041	1,231	0,219
X2.1.11 -> Tangible	0,379	0,334	0,122	3,098	0,002
X2.1.11 -> Kualitas Layanan (X2)	0,120	0,109	0,074	1,628	0,104
X2.1.12 -> Tangible	-0,004	-0,023	0,105	0,035	0,972
X2.1.12 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,012	-0,017	0,048	0,249	0,804

X2.1.13 -> Tangible	-0,054	-0,049	0,123	0,442	0,659
X2.1.13 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,048	-0,048	0,054	0,896	0,371
X2.1.14 -> Tangible	0,058	0,047	0,120	0,483	0,629
X2.1.14 -> Kualitas Layanan (X2)	0,013	0,013	0,056	0,234	0,815
X2.1.15 -> Tangible	0,005	0,016	0,105	0,047	0,963
X2.1.15 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,014	-0,013	0,050	0,281	0,779
X2.1.16 -> Tangible	0,335	0,332	0,157	2,139	0,033
X2.1.16 -> Kualitas Layanan (X2)	0,051	0,045	0,084	0,605	0,545
X2.1.17 -> Tangible	-0,026	0,001	0,161	0,161	0,872
X2.1.17 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,004	0,012	0,073	0,060	0,953
X2.1.18 -> Tangible	0,019	0,004	0,104	0,181	0,856
X2.1.18 -> Kualitas Layanan (X2)	0,036	0,019	0,052	0,681	0,496
X2.1.2 -> Tangible	0,202	0,159	0,127	1,594	0,112
X2.1.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,119	0,097	0,068	1,743	0,082
X2.1.3 -> Tangible	0,276	0,271	0,113	2,455	0,014
X2.1.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,111	0,110	0,053	2,088	0,037
X2.1.4 -> Tangible	0,183	0,169	0,102	1,790	0,074
X2.1.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,004	0,001	0,069	0,053	0,957
X2.1.5 -> Tangible	-0,083	-0,066	0,100	0,833	0,405
X2.1.5 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,010	-0,007	0,052	0,188	0,851
X2.1.6 -> Tangible	0,148	0,118	0,122	1,216	0,225
X2.1.6 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,048	-0,055	0,068	0,700	0,484
X2.1.7 -> Tangible	0,104	0,093	0,111	0,941	0,347
X2.1.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,068	0,066	0,060	1,143	0,254
X2.1.8 -> Tangible	0,249	0,222	0,097	2,574	0,010
X2.1.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,120	0,112	0,049	2,417	0,016

X2.1.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,079	0,061	0,049	1,604	0,109
X2.2.1 -> Empaty	0,538	0,496	0,110	4,899	0,000
X2.2.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,016	-0,010	0,074	0,212	0,833
X2.2.2 -> Empaty	0,296	0,297	0,123	2,397	0,017
X2.2.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,179	0,160	0,067	2,658	0,008
X2.2.3 -> Empaty	0,243	0,258	0,142	1,708	0,088
X2.2.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,026	0,018	0,045	0,570	0,569
X2.2.4 -> Empaty	0,147	0,094	0,140	1,051	0,294
X2.2.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,094	0,066	0,057	1,661	0,097
X2.2.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,008	0,005	0,043	0,176	0,861
X2.2.6 -> Empaty	-0,094	-0,106	0,123	0,761	0,447
X2.2.6 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,070	-0,067	0,054	1,283	0,200
X2.2.7 -> Empaty	0,245	0,193	0,150	1,633	0,103
X2.2.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,055	0,039	0,052	1,059	0,290
X2.2.8 -> Empaty	0,127	0,144	0,127	1,001	0,318
X2.2.8 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,046	-0,046	0,062	0,735	0,463
X2.2.9 -> Empaty	0,044	0,084	0,112	0,388	0,698
X2.2.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,088	0,080	0,053	1,669	0,096
X2.3.1 -> Responsivenes	0,299	0,318	0,135	2,206	0,028
X2.3.1 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,008	0,002	0,059	0,137	0,891
X2.3.2 -> Responsivenes	0,052	0,057	0,153	0,338	0,735
X2.3.2 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,091	-0,069	0,053	1,724	0,085
X2.3.3 -> Responsivenes	0,205	0,185	0,123	1,663	0,097
X2.3.3 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,058	-0,048	0,045	1,299	0,195

X2.3.4 -> Responsiveness	0,094	0,074	0,127	0,740	0,460
X2.3.4 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,047	-0,036	0,057	0,832	0,406
X2.3.5 -> Responsiveness	0,313	0,320	0,131	2,391	0,017
X2.3.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,099	0,086	0,053	1,872	0,062
X2.3.6 -> Responsiveness	0,226	0,208	0,145	1,556	0,120
X2.3.6 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,042	-0,029	0,059	0,713	0,476
X2.3.7 -> Responsiveness	0,318	0,280	0,122	2,603	0,010
X2.3.7 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,026	-0,002	0,064	0,410	0,682
X2.4.1 -> Reliability	0,064	0,062	0,091	0,706	0,480
X2.4.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,030	0,032	0,054	0,552	0,581
X2.4.10 -> Reliability	0,153	0,108	0,133	1,151	0,250
X2.4.10 -> Kualitas Layanan (X2)	0,031	0,030	0,067	0,470	0,638
X2.4.11 -> Reliability	0,379	0,356	0,090	4,195	0,000
X2.4.11 -> Kualitas Layanan (X2)	0,169	0,160	0,067	2,539	0,011
X2.4.2 -> Reliability	0,103	0,101	0,104	0,984	0,326
X2.4.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,144	0,116	0,067	2,141	0,033
X2.4.3 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,054	-0,058	0,049	1,104	0,270
X2.4.4 -> Reliability	0,047	0,033	0,113	0,418	0,676
X2.4.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,039	0,040	0,068	0,579	0,563
X2.4.5 -> Reliability	0,367	0,382	0,124	2,965	0,003
X2.4.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,235	0,211	0,075	3,143	0,002
X2.4.6 -> Reliability	0,085	0,098	0,111	0,768	0,443
X2.4.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,029	0,035	0,065	0,451	0,652
X2.4.7 -> Reliability	0,081	0,090	0,099	0,821	0,412

X2.4.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,073	0,072	0,060	1,201	0,230
X2.4.8 -> Reliability	0,177	0,161	0,118	1,500	0,134
X2.4.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,067	0,054	0,069	0,962	0,336
X2.4.9 -> Reliability	0,218	0,183	0,111	1,961	0,050
X2.4.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,106	0,078	0,061	1,732	0,084
X2.5.1 -> Assurance	0,456	0,405	0,148	3,087	0,002
X2.5.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,058	0,060	0,072	0,815	0,415
X2.5.10 -> Assurance	0,087	0,099	0,144	0,600	0,549
X2.5.10 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,005	0,017	0,051	0,090	0,928
X2.5.2 -> Assurance	0,182	0,185	0,179	1,014	0,311
X2.5.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,038	0,049	0,084	0,454	0,650
X2.5.3 -> Assurance	0,040	0,038	0,110	0,361	0,718
X2.5.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,010	0,008	0,054	0,192	0,848
X2.5.4 -> Assurance	-0,111	-0,092	0,097	1,145	0,253
X2.5.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,033	0,022	0,053	0,618	0,537
X2.5.5 -> Assurance	0,336	0,284	0,202	1,665	0,097
X2.5.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,083	0,072	0,083	1,007	0,315
X2.5.6 -> Assurance	-0,106	-0,114	0,115	0,923	0,356
X2.5.6 -> Kualitas Layanan (X2)	-0,082	-0,078	0,053	1,550	0,122
X2.5.7 -> Assurance	0,115	0,108	0,124	0,930	0,353
X2.5.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,103	0,081	0,058	1,792	0,074
X2.5.8 -> Assurance	0,186	0,172	0,124	1,493	0,136
X2.5.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,027	0,025	0,056	0,480	0,631
X2.5.9 -> Assurance	0,211	0,207	0,114	1,852	0,065
X2.5.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,045	0,060	0,071	0,637	0,524
Y1 -> Kepuasan	0,506	0,495	0,171	2,950	0,003

Mahasiswa (Y)					
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,066	0,057	0,124	0,529	0,597
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,225	0,180	0,140	1,609	0,108
Y2 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,065	0,124	0,109	0,596	0,551
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,133	0,107	0,108	1,235	0,217
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,123	0,070	0,121	1,021	0,308
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,027	0,022	0,132	0,207	0,836
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,113	0,073	0,137	0,826	0,409
Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,076	0,096	0,104	0,728	0,467
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,033	0,038	0,111	0,302	0,763
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,150	0,130	0,104	1,442	0,150

Signifikansi Outer Weight Fist Order

Indikator	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accurat -> Kualitas Informasi (X1)	0,569	0,561	0,134	4,238	0,000
Assurance -> Kualitas Layanan (X2)	0,169	0,171	0,123	1,381	0,168
Empaty -> Kualitas Layanan (X2)	0,200	0,202	0,108	1,854	0,064
Relevan -> Kualitas Informasi (X1)	0,266	0,270	0,118	2,263	0,024
Reliability -> Kualitas Layanan (X2)	0,506	0,496	0,084	6,022	0,000
Responsivenes -> Kualitas Layanan (X2)	-0,028	-0,023	0,116	0,245	0,807
Tangible -> Kualitas Layanan (X2)	0,314	0,305	0,112	2,816	0,005
Timelines -> Kualitas Informasi (X1)	0,321	0,315	0,109	2,933	0,004
Y1 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,458	0,448	0,071	6,462	0,000
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,029	0,034	0,096	0,307	0,759
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,240	0,241	0,082	2,920	0,004
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,182	0,175	0,070	2,592	0,010
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,175	0,172	0,079	2,219	0,027
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,022	0,013	0,100	0,217	0,828
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,144	0,137	0,065	2,205	0,028
Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,054	0,056	0,071	0,752	0,452
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,029	0,042	0,089	0,332	0,740
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,138	0,127	0,079	1,745	0,082

Lampiran 4 :

Signifikansi Outer Loading Firts Order

Indikator	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1.1.1 -> Relevan	0,541	0,518	0,106	5,087	0,000
X1.1.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,419	0,389	0,088	4,739	0,000
X1.1.2 -> Relevan	0,634	0,611	0,149	4,268	0,000
X1.1.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,491	0,462	0,120	4,108	0,000
X1.1.3 -> Relevan	0,549	0,508	0,112	4,920	0,000
X1.1.3 -> Kualitas Informasi (X1)	0,426	0,385	0,107	3,984	0,000
X1.1.4 -> Relevan	0,536	0,486	0,141	3,805	0,000
X1.1.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,416	0,372	0,125	3,335	0,001
X1.1.5 -> Relevan	0,402	0,381	0,114	3,517	0,000
X1.1.5 -> Kualitas Informasi (X1)	0,312	0,288	0,092	3,397	0,001
X1.1.6 -> Relevan	0,597	0,598	0,117	5,122	0,000
X1.1.6 -> Kualitas Informasi (X1)	0,463	0,447	0,094	4,901	0,000
X1.2.1 -> Accurat	0,541	0,523	0,096	5,656	0,000
X1.2.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,491	0,465	0,091	5,393	0,000
X1.2.2 -> Accurat	0,444	0,403	0,169	2,618	0,009
X1.2.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,403	0,355	0,151	2,663	0,008
X1.2.3 -> Accurat	0,456	0,426	0,116	3,948	0,000
X1.2.3 -> Kualitas Informasi (X1)	0,414	0,377	0,101	4,086	0,000
X1.2.4 -> Accurat	0,535	0,484	0,164	3,264	0,001
X1.2.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,486	0,428	0,147	3,308	0,001
X1.2.5 -> Accurat	0,642	0,608	0,087	7,358	0,000
X1.2.5 -> Kualitas	0,583	0,542	0,093	6,256	0,000

Informasi (X1)					
X1.2.6 -> Accurat	0,773	0,754	0,092	8,363	0,000
X1.2.6 -> Kualitas Informasi (X1)	0,702	0,669	0,089	7,877	0,000
X1.2.7 -> Accurat	0,614	0,593	0,076	8,038	0,000
X1.2.7 -> Kualitas Informasi (X1)	0,557	0,528	0,081	6,901	0,000
X1.3.1 -> Timelines	0,544	0,548	0,115	4,716	0,000
X1.3.1 -> Kualitas Informasi (X1)	0,449	0,450	0,100	4,471	0,000
X1.3.2 -> Timelines	0,697	0,651	0,163	4,262	0,000
X1.3.2 -> Kualitas Informasi (X1)	0,574	0,540	0,147	3,911	0,000
X1.3.3 -> Timelines	0,728	0,668	0,138	5,265	0,000
X1.3.3 -> Kualitas Informasi (X1)	0,600	0,552	0,126	4,760	0,000
X1.3.4 -> Timelines	0,732	0,707	0,088	8,365	0,000
X1.3.4 -> Kualitas Informasi (X1)	0,603	0,584	0,089	6,765	0,000
X1.3.5 -> Timelines	0,584	0,557	0,115	5,087	0,000
X1.3.5 -> Kualitas Informasi (X1)	0,481	0,457	0,095	5,082	0,000
X1.3.6 -> Timelines	0,603	0,559	0,122	4,953	0,000
X1.3.6 -> Kualitas Informasi (X1)	0,496	0,462	0,107	4,641	0,000
X1.3.7 -> Timelines	0,583	0,534	0,117	4,994	0,000
X1.3.7 -> Kualitas Informasi (X1)	0,480	0,442	0,106	4,541	0,000
X2.1.1 -> Tangible	0,390	0,355	0,135	2,884	0,004
X2.1.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,329	0,298	0,117	2,820	0,005
X2.1.10 -> Kualitas Layanan (X2)	0,187	0,156	0,110	1,699	0,090
X2.1.11 ->	0,627	0,563	0,158	3,973	0,000

Tangible					
X2.1.11 -> Kualitas Layanan (X2)	0,529	0,473	0,139	3,795	0,000
X2.1.12 -> Tangible	0,503	0,455	0,101	4,993	0,000
X2.1.12 -> Kualitas Layanan (X2)	0,424	0,382	0,088	4,814	0,000
X2.1.13 -> Tangible	0,441	0,401	0,127	3,470	0,001
X2.1.13 -> Kualitas Layanan (X2)	0,371	0,335	0,105	3,527	0,000
X2.1.14 -> Tangible	0,497	0,458	0,095	5,250	0,000
X2.1.14 -> Kualitas Layanan (X2)	0,419	0,384	0,087	4,811	0,000
X2.1.15 -> Tangible	0,401	0,381	0,117	3,442	0,001
X2.1.15 -> Kualitas Layanan (X2)	0,338	0,317	0,092	3,658	0,000
X2.1.16 -> Tangible	0,591	0,580	0,123	4,790	0,000
X2.1.16 -> Kualitas Layanan (X2)	0,499	0,485	0,104	4,808	0,000
X2.1.17 -> Tangible	0,465	0,461	0,146	3,189	0,002
X2.1.17 -> Kualitas Layanan (X2)	0,392	0,385	0,123	3,195	0,001
X2.1.18 -> Tangible	0,327	0,307	0,107	3,055	0,002
X2.1.18 -> Kualitas Layanan (X2)	0,276	0,256	0,089	3,116	0,002
X2.1.2 -> Tangible	0,609	0,561	0,101	6,056	0,000
X2.1.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,513	0,470	0,093	5,541	0,000
X2.1.3 -> Tangible	0,579	0,553	0,096	6,065	0,000
X2.1.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,489	0,463	0,086	5,705	0,000
X2.1.4 -> Tangible	0,443	0,410	0,127	3,504	0,000
X2.1.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,374	0,345	0,112	3,342	0,001
X2.1.5 -> Tangible	0,411	0,374	0,108	3,817	0,000

X2.1.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,347	0,314	0,094	3,689	0,000
X2.1.6 -> Tangible	0,318	0,264	0,128	2,497	0,013
X2.1.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,269	0,221	0,107	2,509	0,012
X2.1.7 -> Tangible	0,500	0,442	0,116	4,325	0,000
X2.1.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,422	0,372	0,108	3,921	0,000
X2.1.8 -> Tangible	0,481	0,422	0,100	4,794	0,000
X2.1.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,406	0,354	0,090	4,507	0,000
X2.1.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,316	0,253	0,157	2,013	0,045
X2.2.1 -> Empaty	0,802	0,756	0,082	9,722	0,000
X2.2.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,604	0,553	0,098	6,177	0,000
X2.2.2 -> Empaty	0,655	0,632	0,113	5,816	0,000
X2.2.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,493	0,464	0,109	4,534	0,000
X2.2.3 -> Empaty	0,505	0,504	0,105	4,825	0,000
X2.2.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,381	0,364	0,077	4,936	0,000
X2.2.4 -> Empaty	0,650	0,582	0,141	4,619	0,000
X2.2.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,490	0,429	0,123	3,983	0,000
X2.2.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,251	0,207	0,128	1,965	0,050
X2.2.6 -> Empaty	0,403	0,369	0,129	3,136	0,002
X2.2.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,304	0,273	0,106	2,880	0,004
X2.2.7 -> Empaty	0,409	0,351	0,155	2,649	0,008
X2.2.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,309	0,259	0,115	2,681	0,008
X2.2.8 -> Empaty	0,561	0,557	0,103	5,469	0,000
X2.2.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,423	0,404	0,090	4,699	0,000
X2.2.9 -> Empaty	0,525	0,535	0,100	5,277	0,000
X2.2.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,396	0,387	0,079	5,022	0,000

X2.3.1 -> Responsiveness	0,660	0,654	0,107	6,184	0,000
X2.3.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,442	0,434	0,091	4,865	0,000
X2.3.2 -> Responsiveness	0,573	0,564	0,121	4,740	0,000
X2.3.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,384	0,375	0,094	4,070	0,000
X2.3.3 -> Responsiveness	0,599	0,569	0,117	5,119	0,000
X2.3.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,401	0,375	0,087	4,622	0,000
X2.3.4 -> Responsiveness	0,612	0,579	0,100	6,122	0,000
X2.3.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,410	0,386	0,087	4,735	0,000
X2.3.5 -> Responsiveness	0,714	0,699	0,086	8,266	0,000
X2.3.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,478	0,463	0,084	5,682	0,000
X2.3.6 -> Responsiveness	0,684	0,645	0,118	5,784	0,000
X2.3.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,458	0,430	0,104	4,386	0,000
X2.3.7 -> Responsiveness	0,675	0,628	0,117	5,794	0,000
X2.3.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,452	0,419	0,105	4,308	0,000
X2.4.1 -> Reliability	0,413	0,399	0,110	3,744	0,000
X2.4.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,373	0,349	0,090	4,152	0,000
X2.4.10 -> Reliability	0,486	0,416	0,176	2,757	0,006
X2.4.10 -> Kualitas Layanan (X2)	0,438	0,368	0,158	2,782	0,006
X2.4.11 -> Reliability	0,675	0,633	0,105	6,448	0,000
X2.4.11 -> Kualitas Layanan (X2)	0,609	0,558	0,101	6,018	0,000
X2.4.2 -> Reliability	0,426	0,408	0,112	3,797	0,000

X2.4.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,384	0,357	0,092	4,179	0,000
X2.4.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,304	0,255	0,122	2,502	0,013
X2.4.4 -> Reliability	0,515	0,482	0,108	4,783	0,000
X2.4.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,465	0,424	0,095	4,902	0,000
X2.4.5 -> Reliability	0,673	0,673	0,090	7,464	0,000
X2.4.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,607	0,592	0,085	7,176	0,000
X2.4.6 -> Reliability	0,568	0,566	0,084	6,743	0,000
X2.4.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,513	0,498	0,078	6,541	0,000
X2.4.7 -> Reliability	0,489	0,482	0,096	5,065	0,000
X2.4.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,441	0,425	0,092	4,819	0,000
X2.4.8 -> Reliability	0,565	0,525	0,120	4,712	0,000
X2.4.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,510	0,462	0,111	4,601	0,000
X2.4.9 -> Reliability	0,648	0,585	0,136	4,749	0,000
X2.4.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,585	0,517	0,125	4,669	0,000
X2.5.1 -> Assurance	0,813	0,759	0,073	11,089	0,000
X2.5.1 -> Kualitas Layanan (X2)	0,609	0,582	0,084	7,250	0,000
X2.5.10 -> Assurance	0,569	0,555	0,120	4,752	0,000
X2.5.10 -> Kualitas Layanan (X2)	0,427	0,430	0,115	3,725	0,000
X2.5.2 -> Assurance	0,737	0,704	0,111	6,621	0,000
X2.5.2 -> Kualitas Layanan (X2)	0,552	0,544	0,119	4,640	0,000
X2.5.3 -> Assurance	0,614	0,579	0,092	6,660	0,000

X2.5.3 -> Kualitas Layanan (X2)	0,460	0,447	0,095	4,839	0,000
X2.5.4 -> Assurance	0,446	0,418	0,122	3,659	0,000
X2.5.4 -> Kualitas Layanan (X2)	0,334	0,324	0,108	3,103	0,002
X2.5.5 -> Assurance	0,603	0,535	0,193	3,121	0,002
X2.5.5 -> Kualitas Layanan (X2)	0,452	0,408	0,152	2,971	0,003
X2.5.6 -> Assurance	0,402	0,345	0,156	2,584	0,010
X2.5.6 -> Kualitas Layanan (X2)	0,301	0,265	0,126	2,390	0,017
X2.5.7 -> Assurance	0,518	0,462	0,146	3,537	0,000
X2.5.7 -> Kualitas Layanan (X2)	0,388	0,353	0,117	3,314	0,001
X2.5.8 -> Assurance	0,657	0,607	0,119	5,527	0,000
X2.5.8 -> Kualitas Layanan (X2)	0,492	0,464	0,099	4,987	0,000
X2.5.9 -> Assurance	0,614	0,588	0,099	6,190	0,000
X2.5.9 -> Kualitas Layanan (X2)	0,460	0,455	0,106	4,317	0,000
Y1 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,749	0,736	0,133	5,631	0,000
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,712	0,646	0,102	6,989	0,000
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,681	0,609	0,168	4,066	0,000
Y2 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,167	0,333	0,270	0,619	0,536
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,667	0,624	0,127	5,231	0,000
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,641	0,573	0,134	4,774	0,000
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,542	0,470	0,148	3,653	0,000
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,587	0,516	0,183	3,201	0,001

Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,635	0,579	0,135	4,721	0,000
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,634	0,573	0,135	4,685	0,000
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,613	0,552	0,139	4,408	0,000

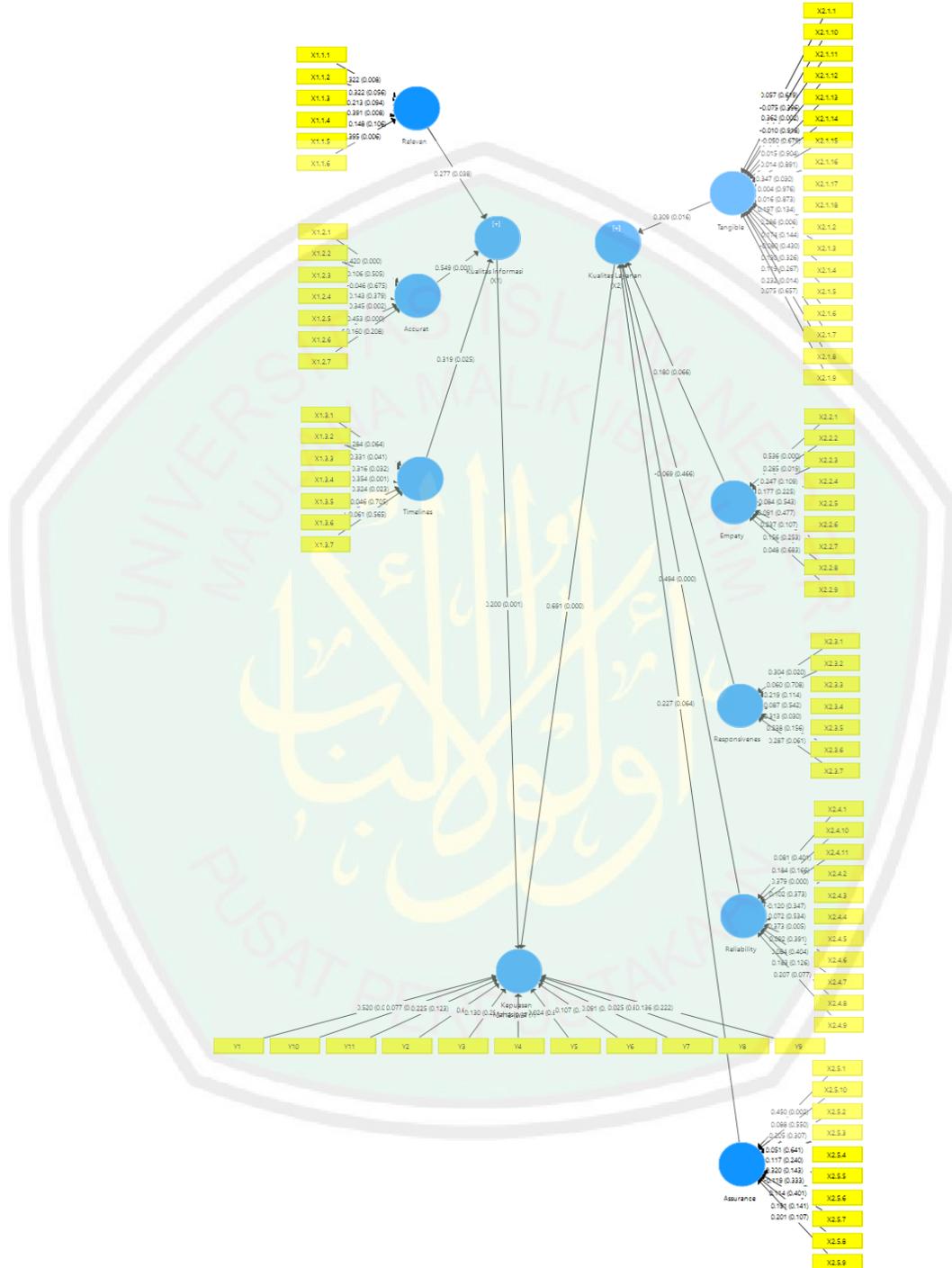


Signifikansi Outer Loading pada Second Order

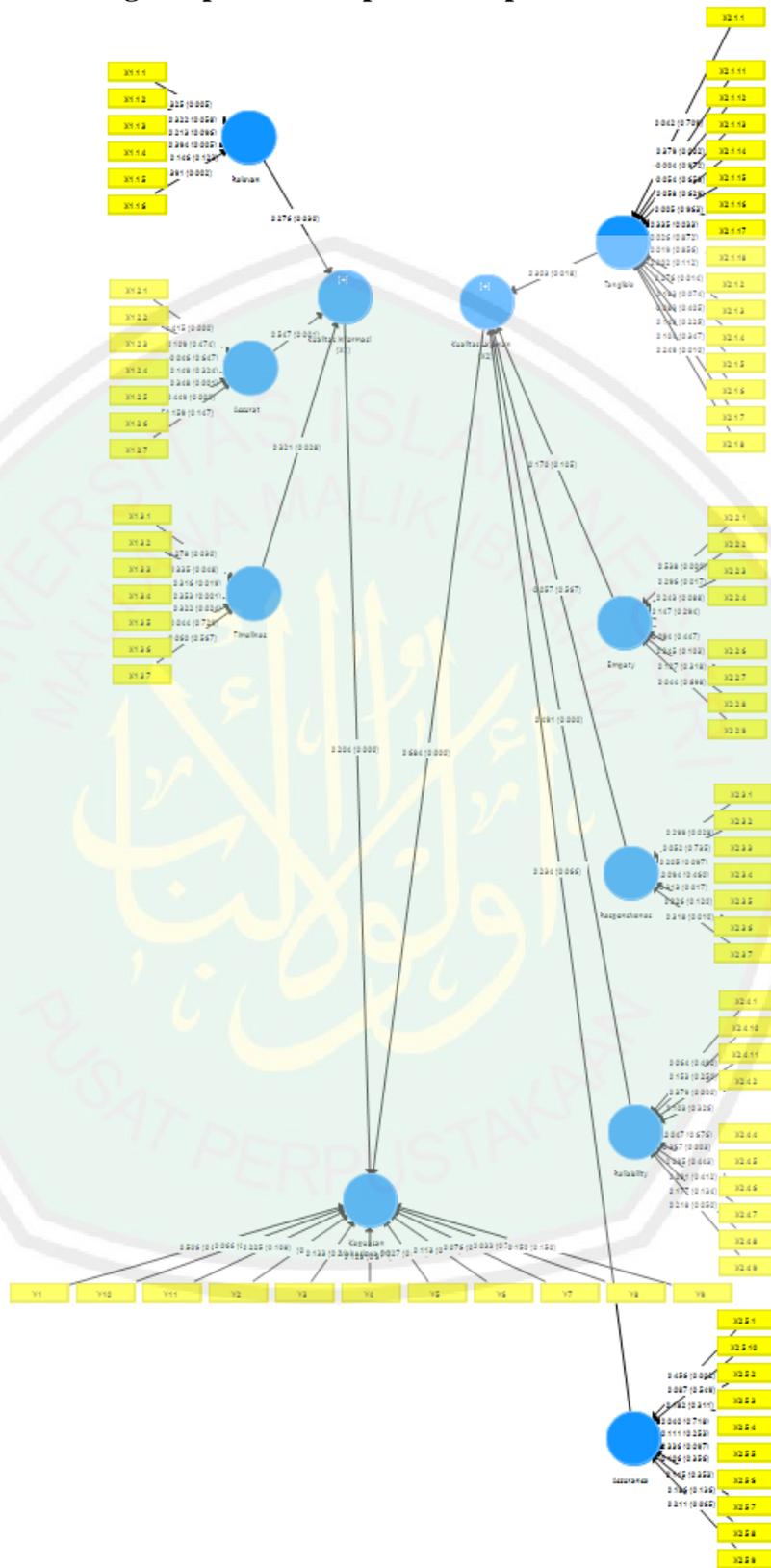
Indikator	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Accurat -> Kualitas Informasi (X1)	0,924	0,915	0,043	21,352	0,000
Assurance -> Kualitas Layanan (X2)	0,731	0,721	0,072	10,162	0,000
Empaty -> Kualitas Layanan (X2)	0,790	0,784	0,052	15,258	0,000
Relevan -> Kualitas Informasi (X1)	0,778	0,773	0,070	11,130	0,000
Reliability -> Kualitas Layanan (X2)	0,924	0,913	0,025	36,882	0,000
Responsivenes -> Kualitas Layanan (X2)	0,698	0,697	0,066	10,543	0,000
Tangible -> Kualitas Layanan (X2)	0,861	0,847	0,045	18,954	0,000
Timelines -> Kualitas Informasi (X1)	0,832	0,823	0,055	15,181	0,000
Y1 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,711	0,700	0,063	11,310	0,000
Y10 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,703	0,692	0,055	12,897	0,000
Y11 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,690	0,681	0,072	9,532	0,000
Y3 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,707	0,692	0,062	11,400	0,000
Y4 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,686	0,673	0,063	10,857	0,000
Y5 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,561	0,543	0,081	6,883	0,000
Y6 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,629	0,615	0,063	10,038	0,000
Y7 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,648	0,637	0,056	11,554	0,000
Y8 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,644	0,635	0,059	10,906	0,000
Y9 -> Kepuasan Mahasiswa (Y)	0,606	0,591	0,073	8,331	0,000

Lampiran 5 :

**Nilai Outer dan Inner Model pada Run 1
Dengan Aplikasi PLS pada Tahapan Firts Order**



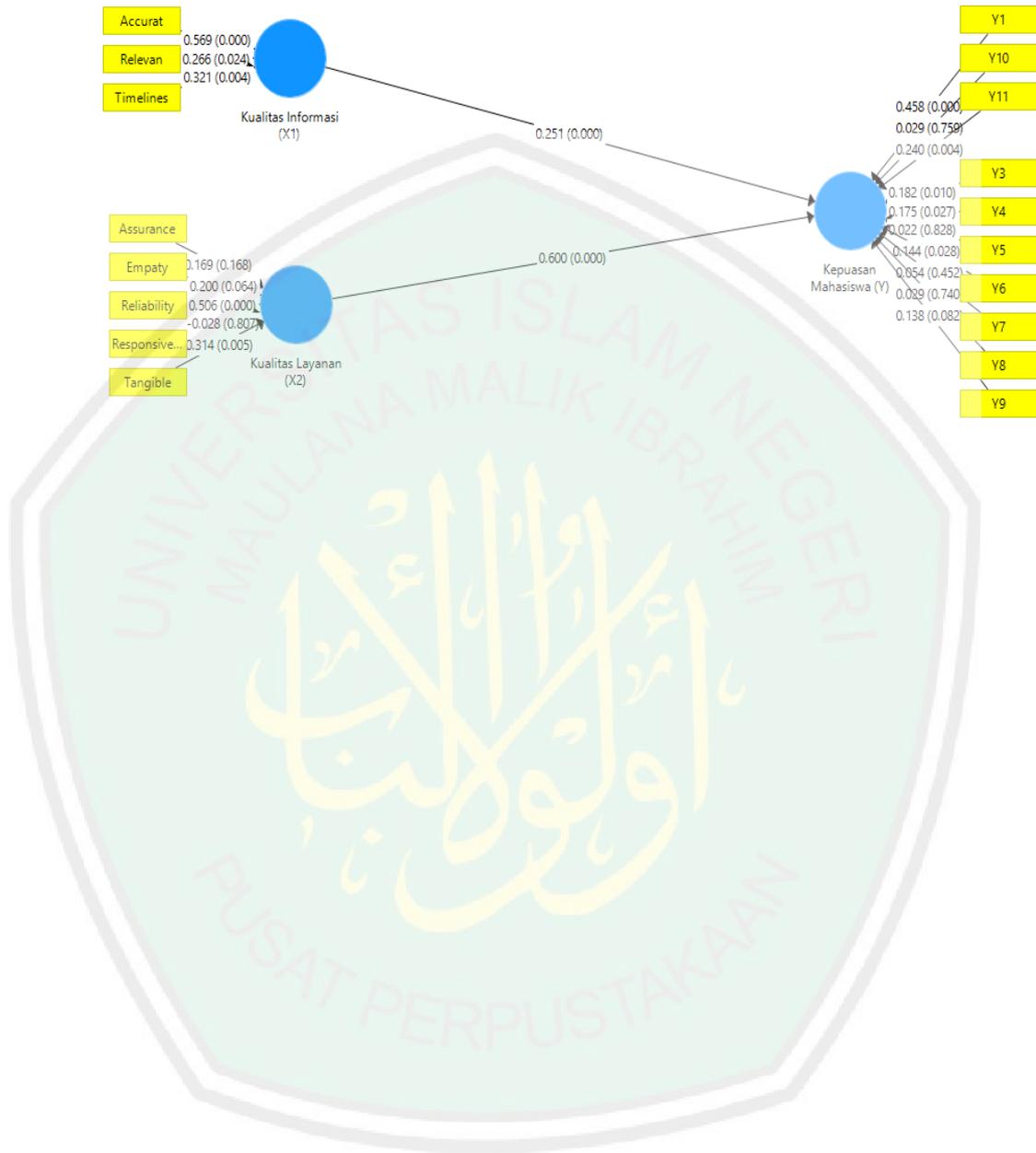
Nilai Outer dan Inner Model pada Run 2 Dengan Aplikasi PLS pada Tahapan Firts Order



Nilai Outer dan Inner Model pada Run 3 Dengan Aplikasi PLS pada Tahapan Second Order



Nilai Outer dan Inner Model pada Run 4 atau Tahap Terakhir Dengan Aplikasi PLS pada Tahapan Second Order



Lampiran 6 :

**TANGGAPAN BEBAS (SARAN ATAU KOMENTAR) TERHADAP
INFORMASI dan PELAYANAN DI PASCASARJANA**

NO	KETERANGAN
1	Pelayanan staf akademik terkadang kurang kompeten karena memperkerjakan pada siswa magang
2	Secara keseluruhan baik, namun untuk pelayanan mahasiswa yang domisili di luar kota dan yang sedang bekerja mohon dipermudah dalam pelayanannya
3	WEBSITENYA mohon di update
4	Selama ini tidak ada kalender akademik
5	Untuk pelayanan KRS mohon di konsistensi kan dan tidak telat
6	Fasilitas pokok dalam kelas harap di cek dan diperbaiki untuk lebih bermanfaat
7	Lebih ditingkatkan kembali pelayanan dan fasilitas yang suda ada
8	Fasilitas yang rusak atau bermasalah dalam ruang kelas harap segera diperbaiki
9	Saya rasa semua sudah cukup baik
10	Untuk sarana prasarana LCD Proyektor
11	Lahan parkir di perbarui
12	Pengumuman mohon update
13	Layanan bimbingan tesis/disertasi belum memiliki buku panduan yang baku sehingga menjadi salah satu hambatan mahasiswa dalam penyelesaian karya ilmiah
14	Panduan karya tulis ilmiah tesis/disertasi sebaiknya di rekomendasikan agar dibuatkan sesuai dengan program study sesuai jenis pilihan penelitian baik kuantitatif, kualitatif dan metodenya
15	Agar lebih disiplin waktu
16	Untuk kebersihan kamar mandi di masjid dan di gedung-gedung mohon diperhatikan
17	Keramahannya kepada mahasiswa khususnya bagi staf
18	Memberikan pelayanan yang lebih baik lagi

19	Sarana dan prasarana tolong di perhatikan pula sehingga sesuai aturan yang suda di tetapkan
20	Terima kasih atas pelayanan seluruh staf administrasi maupun dosen pascasarjana yang telah memberikan pelayanan dengan baik
21	Mohon untuk bagian administrasi lebih meningkatkan pelayanan, serta harus ramah dan tidak mengeluh
22	Untuk para dosen kami merasa puas dengan ilmu yang diberikan kepada kami kap rodi utamanya M.PAI sangat ramah dan mengayomi mahasiswa, kami sangat berterima kasih
23	KTM angkatan 2015 genap tidak diterbitkan dengan tepat waktu, bahkan mahasiswa banyak yang tidak memiliki KTM
24	Kualitas layanan kurang
25	Informasi perkuliahan yang sering kali tidak jelas
26	Kamar mandi banyak yang rusak
27	Kebanyakan dosen datang terlambat
28	Layanan perlu ditingkatkan terutama jam perkuliahan perlu konsisten
29	Biaya ujian proposal dan tesis di rendahkan
30	Dimohon administrasi pelayanan terhadap mahasiswa di tingkatkan lebih baik dan teratur
31	Sarana dan prasarana di setiap gedung hendaknya di lengkapi agar proses KBM berjalan baik
32	Pembagian KTM hendaknya di percepat
33	Pengumuman yang berkaitan dengan akademik seperti KRS dan lain-lain diperbaiki lagi
34	Selebihnya Pascasarjana UIN Maliki Malang jos, mantap jaya
35	Staf administrasi perlu ditingkatkan ke profesionalnya
36	KTM belum dapat, Jas almamater ke gedean tidak sesuai tidak seperti kampus UMM lebih profesional dalam bekerja
37	Mohon diperbaiki sarana prasarana seperti LCD dan kursi
38	Diperjelas tentang pendaftaran pascasarjana antara semester genap dan ganjil
39	Koordinasi jas dan KTM dan hak mahasiswa mbok ya selaras

40	Sama pembayaran SPP kalau tidak ada transparansi mohon diberi pengertian kepada mahasiswa terutama KTM dan Jas dan literatur pembelajaran
41	Fasilitas kelas di lengkapi untuk kebutuhan KBM
42	Informasi apa pun di sampaikan dengan jelas seperti jadwal kuliah
43	Buku perpustakaan harap di lengkapi (pasca)
44	Fasilitas belajar kurang lengkap
45	Staf administrasinya kurang ramah
46	Fasilitas kelas kurang sesuai dengan karakteristik WCU
47	Seharusnya ada mata kuliah yang mengajarkan dan membimbing untuk pembuatan jurnal ilmiah
48	Layanan akademik harus prima
49	Pembimbingan harus tepat waktu
50	Koleksi buku di perpustakaan di perbanyak khususnya B. Arab dan ilmu Qur'an-Hadits dan lain-lain
51	Buat daftar koleksi buku perpustakaan
52	Sediakan komputer mesin untuk mencari buku
53	Dosen pembimbing susah di temui
54	Biaya daftar ujian tambah mahal
55	Mohon dosen-dosen pascasarjana lebih kooperatif jika dihubungi mahasiswa sehubungan kebutuhan mahasiswa untuk bimbingan
56	Pelayanan jadwal kuliah perlu di tingkatkan
57	Sarana dan prasarana kurang memadai
58	Kebersihan kampus yang harus di perbaiki
59	Kelengkapan media belajar yang kurang seperti (LCD)
60	Informasi kurang
61	Layanan kelas, AC, spidol dan lain-lain kurang
62	Layanan pascasarjana sudah cukup baik, dalam hal melayani mahasiswa baik administrasi, fasilitas dan lain-lain
63	Namun mungkin karena saya kurang dalam hal mencari informasi tentang beasiswa sehingga saya kurang mendapat informasi tentang hal tersebut
64	Untuk ruang kelas, fasilitas dan lain-lain suda cukup walau terkadang masih

	ada LCD yang tidak dapat difungsikan
66	Untuk buku yang disediakan di perpustakaan masih kurang bagi mahasiswa pascasarjana
65	Relevansi bidang ke ilmun dengan realitas
66	Diharapkan pelayanan pascasarjana lebih fast respon, lebih tanggap
67	Pelayanan selama ini kurang seimbang dengan SPP yang mahal
68	Diharapkan supaya biaya pendaftaran SEMPRO, yudisium dan tesis tidak perlu mahal, karena kasihan mahasiswa yang biayanya sangat minim
69	Peta informasi (papan informasi)
70	Layanan di kampus UIN Pascasarjana ini mesti kurang kalau untuk sekarang
71	Untuk ke depannya mudah-mudahan bisa yang kaya kita harapkan tercapai
72	Jadwal KRS dan perkuliahan sering mundur dari jadwal
73	Kesepakatan waktu dosen pengajar
74	Perbaikan terhadap fasilitas-fasilitas pembelajaran
75	Pemberlakuan dan disiplin terhadap sistem online akademik (SIKAD)
76	Terus melengkapi kekurangan agar sempurna
77	Dosen-dosen diharapkan selalu membimbing mahasiswa
78	Jadikan kami anak didik bukan hanya pelajar
79	Dosen pembimbing kurang perhatian terhadap mahasiswa yang di bimbing
80	Untuk meningkatkan lagi keakuratan informasi yang di sampaikan
81	Relevansi antara informasi yang disampaikan di WEB dengan informasi yang disampaikan oleh staf administrasi pascasarjana
82	Baik staf administrasi maupun dosen pascasarjana baiknya memberikan pelayanan yang lebih baik lagi
83	KAPRODI melayani dan membantu mahasiswa dengan baik
84	Lingkungan belajar nyaman, hanya saja ketika jadwal kuliah berubah akan kesulitan dalam mencari kelas
85	Pelayanan yang diberikan pegawai dan staf suda baik
86	KAPRODI dan SEKPRODI sudah membantu mahasiswa dalam menyelesaikan permasalahan
87	Diharapkan agar fasilitas yang diharapkan mahasiswa terpenuhi, seperti

	adanya LCD dan AC setiap ruangan, karena itu sangat berguna bagi berlangsungnya proses belajar mengajar (perkuliahan)
88	Diharapkan pelayanan pascasarjana bisa lebih baik fasilitas juga di perbaiki
89	Tempat belajar yang nyaman
90	Jadwal KRS harus tepat waktu
91	UIN Maliki Malang <i>is the best Forever</i>
92	Pelayanan administrasi di kampus diharapkan lebih baik lagi
93	Banyak kursi di kelas yang rusak
94	LCD beberapa tidak berfungsi
95	Buku-buku di perpustakaan pascasarjana di perbanyak
96	Terus melakukan perbaikan dari hal-hal yang masih kurang
97	Dalam fasilitas di dalam kelas kursi banyak yang rusak
98	Toilet ada sebagian yang kotor
99	Masjid untuk ibadah ada yang kotor
100	untuk jadwal perkuliahan kenapa berbeda antara web dan SIAKAD
101	Perpustakaan masih kekurangan buku untuk mendukung proses pembelajaran mahasiswa
102	Fasilitas yang tersedia di ruang belajar saat ini hanya sekedar saja tidak adanya perhatian khusus untuk di perbarui
103	Tolong di perbaiki lagi semua CCTV yang ada di pascasarjana
104	Tempat parkir yang kurang nyaman
105	WIFI lemot
106	Ketersediaan KTM yang tidak sesuai
107	WIFI lemot
108	Pelayanan KTM kepada mahasiswa tidak tepat waktu dan harus menunggu lama
109	Kesediaan KTM yang belum di berikan hingga sekarang
110	Ada beberapa dosen yang belum menginput nilai hingga semester berganti
111	Ada beberapa fasilitas yang tidak berfungsi dengan baik (LCD jadi hijau, colokan lantai)
112	Pelayanan baik dalam kampus ramah lingkungan dan tidak sombong

113	Secara keseluruhan pelayanan pascasarjana sudah baik
114	Sebaiknya fasilitas seperti LCD di perbaiki lagi, karena ada beberapa kelas yang tidak berfungsi dengan baik
115	Alhamdulillah baik untuk sejauh ini
116	Harapan saya semoga senantiasa baik
117	Saran saya semoga senantiasa baik
118	Fasilitas di ruang belajar kurang perawatan
119	Ada baiknya setiap KAPRODI menanggapi dengan baik dan jelas jika dosen yang kurang empati dan tidak memikirkan kepentingan mahasiswa misalkan diberikan rapat evaluasi semester antara pihak jurusan dengan dosen terkait agar mahasiswa semester selanjutnya mendapat ilmu dan pelayanan yang bagus
120	Layanan suda cukup baik
121	Perlu dilengkapi referensi buku pada perpustakaan
122	Sebagian dosen suda memberi bimbingan pada mahasiswa dengan baik
123	Komitmen birokrasi Pascasarjana UIN Maliki Malang tolong sangat amat ditingkatkan
124	Perlu meningkatkan konsistensi informasi
125	Dalam pembelajaran perlu ada inovasi yang lebih dari dosen
126	Nilai mahasiswa ada yang lambat upload hingga sekarang
127	Tolong koleksi buku di perpustakaan di lengkapi
128	Jadwal kuliah seharusnya disesuaikan dengan jadwal dosen, agar tidak ganti jadwal terus
129	Biaya tesis dan proposal diturunkan
130	Biaya tesis dan proposal tolong di tiadakan
131	Fasilitas lengkap namun LCD dan kursi-kursi banyak tidak bisa digunakan
132	Fasilitas seharusnya di cek ulang karena tersedia akan tetapi kurang layak
133	Untuk tempat parkir mohon di perluas
135	Mohon ketepatan dan konsistensi jam buka receptionis
136	Tempat fotocopy kurang memadai
137	Tolong di cek LCD di kelas-kelas untuk di perbaiki karena banyak yang tidak

bisa di gunakan sehingga proses perkuliahan sangat terhambat.



Lampiran 7 :

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lailatul Rozabiyah
Nim : 16710011
TTL : Malang, 27 Desember 1992
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
(MPI)
Thn Masuk : 2016
Alamat : Jl. Raya Banjarsari Rt 01 Rw 03
Ngajum Malang
No. Telp : 085736563636
Email : Lailatulrozabiyah@gmail.com

Graduasi Pendidikan

1. Mi Imami Kepanjen Malang
2. MTs Negeri Tambakberas Jombang
3. MA Negeri Tambakberas Jombang
4. S1-Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang