

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA INSTITUSI DAN KEPUASAN MAHASISWA TERHADAP WORD OF MOUTH (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Jember)

**An Nisaa Putri Anjani**

Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Email : [nputrianjani@gmail.com](mailto:nputrianjani@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi para mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta mengenai pengaruh kualitas pelayanan, citra institusi, dan kepuasan mahasiswa terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan metode survei. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Sampel penelitian ini sejumlah 107 mahasiswa dari seluruh fakultas yang ada di Universitas Muhammadiyah Jember. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember, terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara citra institusi terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan mahasiswa terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Citra Institusi, Kepuasan Konsumen, *word of mouth*,

## ABSTRACT

*This study aims to explore the students at private universities concerning the influence of the quality of service, the image of institutions and the satisfaction of students of the word of mouth at muhammadiyah university of jember. This study included a quantitative research with survey method. The data used is primary data collected through questionnaires. The research sample of 107 students from the entire faculty at muhammadiyah university of Jember. The results of this study indicate that there is a positive influence and significant between the quality of service to word of mouth at the muhammadiyah university of jember, there is a positive influence and not significant between the image of institutions to word of mouth at the muhammadiyah university of jember, there is a positive influence and significant between the satisfaction of students to word of mouth at the muhammadiyah university of jember.*

**Key words:** *the quality of service, the image of institutions, the satisfaction of students, word of mouth*

## PENDAHULUAN

Dewasa ini persaingan dalam penyelenggaraan jasa pendidikan khususnya perguruan tinggi begitu pesat dan ketat. Peningkatan persaingan yang semakin tajam memaksa organisasi ataupun perusahaan memusatkan perhatian pada peningkatan kompetensi dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang dapat diandalkan dalam menghadapi persaingan yang ada guna untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dapat dilakukan oleh lembaga perguruan tinggi yang berkualitas, baik lembaga perguruan tinggi negeri maupun lembaga perguruan tinggi swasta. Lembaga perguruan tinggi merupakan wadah pembentukan kualitas SDM untuk mempersiapkan SDM yang diperlukan bagi pembangunan masa depan melalui proses pendidikan (Qomariah : 2012)

Di Jember, Jawa Timur perkembangan perguruan tinggi berkembang pesat seiring bertambahnya jumlah calon mahasiswa yang hendak memasuki dunia perguruan tinggi. Perguruan Tinggi yang ada di Jember saat ini sebanyak 22 perguruan tinggi, diantaranya ada 3 PTN dan 19 PTS. Berikut nama Perguruan Tinggi Jember Tabel 1.1. di bawah ini :

**Tabel 1.1. Perguruan Tinggi di Jember**

NO	Nama Perguruan Tinggi		Nama Perguruan Tinggi
1	Akademi Akuntansi PGRI Jember	12	STIA Pembangunan
2	Akademi Farmasi Jember	13	STIE Kosgoro
3	Akademi Kebidanan Bina Husada Jember	14	STIE Mandala
4	Akademi Kebidanan Dr Soebandi	15	STIE Dharma Nasional
5	Akademi Kebidanan Jember	16	Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian
6	Akademi Pariwisata Muhammadiyah Jember	17	Sekolah Tinggi Teologi Duta Panisal Jember
7	Akademi Peternakan PGRI Jember	18	STIKES Bhakti Negara Jember
8	IKIP PGRI Jember	<b>19</b>	<b>Universitas Muhammadiyah Jember</b>
9	Politeknik Negeri Jember	20	Universitas Islam Jember
10	Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember	21	Universitas Jember
11	Sekolah Tinggi Alkitab Jember	22	Universitas Mochammad Sroedji

Sumber : *Jember Information Center* (2016)

Universitas Muhammadiyah Jember sebagai lembaga perguruan tinggi swasta dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan yang baik, maka perhatian dipusatkan pada pembinaan akademik, sarana dan prasarana, laboratorium, dan perpustakaan. Selain itu, dalam peningkatan kualitas tenaga pengajar, pihak Universitas mendorong dan menugaskan dosen untuk menempuh pendidikan lanjutan pada program pendidikan S2 dan S3, baik di

dalam negeri maupun di luar negeri. Saat ini Universitas Muhammadiyah Jember memiliki 10 fakultas, yaitu fakultas hukum, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, fakultas pertanian, fakultas ekonomi, fakultas teknik, fakultas psikologi, fakultas Ilmu sosial & politik, fakultas Ilmu kesehatan (FIKES), Akademi pariwisata (AKPAR), fakultas Agama Islam (Unmuh.ac.id).

Peluang Universitas Muhammadiyah Jember untuk menarik calon mahasiswa terbilang luas, hal ini dikarenakan Universitas Muhammadiyah Jember merupakan perguruan tinggi swasta (PTS) yang cukup baik di Jawa Timur. Dilihat pada pemeringkatan oleh DIKTI secara nasional, Universitas Muhammadiyah Jember menduduki peringkat 90 dari 3.320 Perguruan Tinggi di Indonesia ([www.jogja.co](http://www.jogja.co)). Menurut Kopertis Wilayah VII, Universitas Muhammadiyah Jember berada di urutan ke 12 dari 19 Perguruan Tinggi Swasta (PTS) unggul se-Jawa Timur. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.2. dibawah ini :

**Tabel 1.2. Data Perguruan Tinggi Swasta Unggul Se-JATIM**

<b>Peringkat</b>	<b>Perguruan Tinggi</b>
1	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Universitas Kristen Petra
3	Universitas Surabaya
4	Universitas Katolik Widya Mandala
5	Universitas Islam Malang
6	Universitas Merdeka Malang
7	STIE Perbanas Surabaya
8	Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
9	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
10	Institut Teknologi Nasional Malang
11	STIE Indonesia Surabaya
<b>12</b>	<b>Universitas Muhammadiyah Jember</b>
13	IKIP PGRI Madiun
14	Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
15	Universitas Muhammadiyah Ponorogo
16	Universitas Narotama
17	STIE Malangkececwara Malang
18	Universitas Widyagama
19	Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Universitas Muhammadiyah Jember sebagai lembaga penyedia jasa pendidikan dituntut dapat memberikan pelayanan yang baik dan menjaga kualitas pendidikan melalui pengakuan dari (BAN) yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan maksimal kepada mahasiswa sebagai pengguna jasanya

Pelayanan yang baik, citra lembaga yang positif serta kepuasan yang dirasakan mahasiswa dapat memberikan manfaat yang besar dalam membentuk strategi pemasaran *word of mouth*. Salah satunya dengan merekomendasikan kepada rekan orang terdekat dan orang lain untuk menggunakan jasa di Universitas Muhammadiyah jember.

Kotler and Keller (2009:255) menyatakan bahwa berita dari mulut ke mulut (*word of mouth*) bisa sangat efektif untuk bisnis yang didalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi. Pada akhirnya *word of mouth* akan bisa menjadi alat promosi yang paling efektif untuk merebut peluang pasar yang lebih besar bagi lembaga pendidikan khususnya perguruan tinggi swasta (PTS). (Abraham Kristanto)

Mahasiswa merupakan pelanggan atau konsumen bagi institusi perguruan tinggi. Institusi sudah seharusnya dapat menjamin kepuasan mahasiswa, tidak hanya dalam proses belajar mengajar, tetapi mencakup pula dalam pelayanan administrasinya. Oleh karena itu dibutuhkan strategi dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara mengetahui tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kualitas pelayanan yang selama ini dirasakan oleh mahasiswa. Apabila mahasiswa telah merasakan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak perguruan tinggi, maka mahasiswa mempunyai kesan yang positif dan akan menceritakan kesan yang positif tersebut tersebut kepada teman, keluarga maupun masyarakat luar. Kesan positif akan meningkatkan reputasi kampus di masyarakat. Kualitas pelayanan dan Citra yang positif akan menimbulkan perkataan yang positif juga. Oleh sebab itu perusahaan harus memiliki *brand image* yang kuat, pelayanan dan produk yang memuaskan konsumen, sehingga dapat menciptakan *word of mouth* sebagai pemasaran yang efektif

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Manajemen Pemasaran**

Manajemen Pemasaran berasal dari dua kata yaitu manajemen dan pemasaran. Griffin (2004:8) mengemukakan bahwa manajemen merupakan suatu rangkaian aktivitas (termasuk perencanaan, pengambilan keputusan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian) yang diarahkan pada sumber-sumber daya organisasi (manusia, finansial, fisik dan informasi) untuk mencapai tujuan organisasi dengan cara efektif dan efisien. Sedangkan James A.F Stoner (1996) dalam T. Hani Handoko (2003 : 8) mengemukakan suatu defenisi yang lebih kompleks yaitu sebagai berikut: "Manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan, usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber dayasumber daya organisasi lainnya agar rnencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan".

### **Kualitas pelayanan**

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001:51). Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Kualitas pelayanan menurut J.Supranto (2006:226) adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik.

Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) oleh Parasuraman (1998) untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan 5 dimensi yang dikenal sebagai SERVQUAL adalah sebagai berikut (Lupiyoadi, 2001:148) :

1. *Tangibles* / Bukti langsung

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen.

2. *Reliability* / Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

3. *Responsiveness* / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap serta mendengar dan mengatasi keluhan yang diajukan pelanggan,

#### 4. *Assurance* / Jaminan

*Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

#### 5. *Emphaty* / Empati

*Emphaty* merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu.

### **Citra Institusi**

Citra adalah tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Pengertian citra itu sendiri abstrak atau intangible, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari penilaian, baik semacam tanda respek dan rasa hormat dari publik sekelilingnya atau masyarakat luas terhadap organisasi atau perusahaan tersebut dilihat sebagai sebuah badan usaha yang dipercaya, professional, dan dapat diandalkan dalam pembentukan pelayanan yang baik. Menurut (Tjahjaningsih, 2013), Citra adalah persepsi konsumen tentang kualitas yang berkaitan dengan merek/nama perusahaan. Sebuah perusahaan atau produk/jasa yang mempunyai citra baik pada masyarakat, maka akan mendapatkan posisi yang lebih baik.

Harrison dalam Atmaja (2011) Informasi yang lengkap mengenai citra :

#### 1. Personality

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial.

#### 2. Reputation

Hal yang telah dilakukan perusahaan dan diyakini publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah bank

#### 3. Value

Nilai-nilai yang dimiliki oleh suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap pelanggan, karyawan, yang cepat tanggap terhadap permintaan dan keluhan pelanggan

#### 4. Corporate Identity

Komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna dan slogan.

## **Kepuasan Mahasiswa**

Kepuasan mahasiswa adalah sikap positif mahasiswa terhadap pelayanan lembaga pendidikan tinggi karena adanya kesesuaian antara harapan dari pelayanan dibandingkan dengan kenyataan yang diterimanya (Sopiatin, 2010:33). Menurut Sugito kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan terpenuhinya keinginan, harapan, dan kebutuhan mahasiswa (dalam Srinadi, 2008). Sementara Sarjono (2007) kepuasan mahasiswa adalah perbandingan antara harapan yang diinginkan mahasiswa tentang pelayanan karyawan, kompetensi dosen yang didukung oleh sarana.

## **Word of Mouth (WOM)**

Words of Mouth, atau biasa disingkat WOM, menurut Words of mouth Association (WOMMA), merupakan usaha meneruskan informasi dari satu pelanggan ke pelanggan lain (www.womma.com, 2007). Sedangkan Words of Mouth menurut WOMMA, adalah memberikan pelanggan alasan untuk membicarakan produk dan layanan anda, dan memudahkan pembicaraan tersebut terjadi. Words of Mouth adalah seni dan ilmu membangun komunikasi yang baik dan saling menguntungkan dari pelanggan ke pelanggan maupun pelanggan ke produsen. Kotler and Keller (2009 : 255) menyatakan bahwa berita dari mulut ke mulut (word of mouth) bisa sangat efektif untuk bisnis kecil yang didalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi. WOM menjadi kekuatan penting dalam pemasaran bisnis ke konsumen maupun pemasaran bisnis ke bisnis. Pada akhirnya word of mouth yang positif akan bisa menjadi alat promosi yang paling efektif bagi perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

### **Variabel Independent (X)**

Variabel independent yaitu variabel bebas atau variabel yang tidak tergantung dan memberikan pengaruh pada variabel lain. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi :

Variabel ( $X_1$ ) adalah kualitas pelayanan

Variabel ( $X_2$ ) adalah citra institusi

Variabel ( $X_3$ ) adalah kepuasan mahasiswa

### **Variabel Dependent (Y)**

Variabel ini sering disebut dengan variabel *output* dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Word of mouth (WOM)

## **Populasi**

Populasi adalah keseluruhan bahan atau data yang diteliti yang terdiri dari dua macam yaitu populasi tak terhingga (Populasi *Infinite*) dan Populasi terbatas (Populasi *Finite*). Tetapi dapat dibedakan satu sama lain karena adanya nilai karakteristik yang berlainan (Supranto, 2000:21). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Tahun 2013.

## **Sampel**

Dalam menentukan jumlah sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Proportional Stratified Random Sampling* yaitu suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan secara tepat mengenai sifat-sifat populasi yang heterogen, maka populasi harus dibagi-bagi dalam lapisan-lapisan (strata) yang seragam dan dari setiap lapisan dapat diambil secara kriteria yang telah ditentukan. Diantaranya adalah mahasiswa angkatan tahun 2013. Dengan menggunakan metode ini, berarti semua lapisan dapat terwakili (Singarimbun, 2006:162). Sedangkan menurut Sugiyono (2011:64) menyatakan bahwa teknik *proportional stratified random sampling* digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak *homogeny* dan berstrata secara proposional. Langkah yang dilakukan adalah menentukan presentase dari populasi masing-masing strata yang diambil. Dalam penelitian ini digunakan persentase sebesar 5% untuk menentukan jumlah sampel dari masing-masing strata.

## **Uji instrumen**

### **Uji Validitas**

Setiap penelitian yang dilakukan dengan menggunakan metode angket perlu dilakukan uji validitasnya. Uji validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari para responden. Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau valid tidaknya suatu kuesioner di mana kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2016:52 dalam Afsari 2016).

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali 2016:47 dalam Afsari 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Sejarah Singakat Universitas Muhammadiyah Jember

Universitas Muhammadiyah Jember merupakan salah satu Perguruan Tinggi milik Persyarikatan Muhammadiyah yang didirikan berdasarkan Piagam Pendirian Perguruan Tinggi Muhammadiyah Nomor:047/III-JTM.81/81 tertanggal 1 September 1981 dan berlaku sebagai Akte Pendidikan dibawah persyaratan Muhammadiyah (didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan di Yogyakarta pada tanggal 8 Dzulhijjah 1330 H/18 November 1912). Disetujui oleh Pemerintah berdasar Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor : 0172/Q/1982 tertanggal 10 Mei 1982.

Pada awal pendiriannya, Universitas Muhammadiyah Jember memiliki tiga fakultas, yaitu: Fakultas Hukum, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, serta Fakultas Pertanian. Masing-masing mendapatkan status Terdaftar dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI. Dalam rangka memenuhi permintaan masyarakat, pada tahun 1982 dibuka Fakultas Ekonomi. Selanjutnya pada tahun 1983 dibuka Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, dan pada tahun 1984 dibuka Fakultas Teknik. Dengan demikian pada saat berusia 3 tahun Universitas Muhammadiyah Jember memiliki 6 Fakultas.

Dalam rangka peningkatan kualitas, maka perhatian dipusatkan pada pembinaan akademik, sarana dan prasarana, laboratorium, dan perpustakaan. Untuk meningkatkan kualitas tenaga pengajar, telah ditempuh upaya mendorong dan menugaskan dosen untuk menempuh pendidikan lanjutan pada Program Pendidikan S2 dan S3, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Selain menggambarkan fakultas – fakultas yang ada, Universitas Muhammadiyah Jember juga mengembangkan program diploma dengan mendirikan akademi.

### Hasil Penelitian

Berdasarkan uji validitas diketahui bahwa semua pertanyaan dalam kuesioner sudah memenuhi uji validitas karena *Pearson Correlation* > 0,5 dan nilai signifikansi < 0,05. Sehingga dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan yang ada pada penelitian ini adalah valid.

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel adalah > 0,6. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel untuk dilakukan analisis regresi.

Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + e$$

$$Y = 2,110 + 0,183X_1 + 0,060X_2 + 0,258X_3 + 2,552 \text{ error}$$

## PEMBAHASAN

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang diajukan dilakukan dengan pengujian analisis regresi linier berganda dengan melihat *Standardized Coefficients* yang menunjukkan koefisien parameter dan nilai signifikansi t statistik. Signifikansi parameter yang diestimasi dapat memberikan informasi mengenai hubungan antar variabel-variabel penelitian.

#### **H1 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth**

Hasil analisis pada tabel menunjukkan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember (Y) dengan nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0,225 dan nilai signifikan (Sig.) sebesar 0.019 lebih kecil dari 0.05 yang bila dirumuskan dengan formulasi yaitu  $H_a : \beta_i > 0$  artinya  $H_a$  ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara statistik dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan bahwa *kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth* dapat diterima.

#### **H2 : Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth**

Hasil analisis pada tabel menunjukkan Citra Institusi ( $X_2$ ) terhadap *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember (Y) dengan nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0.077 dan nilai signifikan sebesar 0.396 lebih besar dari 0.05 yang bila dirumuskan dengan formulasi yaitu  $H_a : \beta_i > 0$  artinya  $H_a$  ada pengaruh yang positif dan tidak signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara statistik dapat dinyatakan bahwa citra institusi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Dengan demikian hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *Citra Institusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth* ditolak. Artinya bahwa semakin tinggi persepsi citra institusi di Universitas Muhammadiyah Jember maka tidak dapat menekan tingkat terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember.

### **H3 : Kepuasan Mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap word of mouth**

Hasil analisis pada tabel menunjukkan Kepuasan Mahasiswa ( $X_3$ ) terhadap *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember (Y) dengan nilai koefisien yang diperoleh sebesar 0,251 dan nilai signifikan (Sig.) sebesar 0.009 lebih kecil dari 0.05 yang bila dirumuskan dengan formulasi yaitu  $H_a : \beta_i > 0$  artinya  $H_a$  ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Secara statistik dapat dinyatakan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Dengan demikian hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa *kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap word of mouth* dapat diterima.

### **H4 : Kualitas Pelayanan, Citra Institusi dan Kepuasan Mahasiswa secara simultan berpengaruh positif terhadap Word Of Mouth**

Hasil analisis pada tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah sebesar 0.001, maka probabilitasnya jauh di bawah 0,05. Sedangkan nilai  $F_{\text{tabel}}$  diketahui sebesar 2,69 dan  $F_{\text{hitung}}$  6,106. Jadi  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ . Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, citra institusi dan kepuasan mahasiswa berpengaruh secara simultan dan berpengaruh secara positif terhadap *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember sebagai variabel dependen.

### **Pembahasan Hasil Penelitian**

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan.

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Jember secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan setuju dari responden terhadap kondisi pelayanan yang diberikan oleh Universitas Jember terhadap mahasiswanya. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Hasil dari uji signifikan parsial (uji t) ini mendukung apabila dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang diperoleh Ina Ratnasari (2016).
2. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa citra institusi yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Jember secara umum cukup baik. Terlihat dari jumlah tanggapan setuju dari responden terhadap citra institusi yang diberikan oleh Universitas Jember terhadap mahasiswanya. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh

bahwa variabel citra institusi dalam empat dimensinya memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Hal ini berarti variabel citra institusi tidak layak dijadikan variabel penentu dalam terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember sebab pengaruhnya tidak signifikan. Tidak terjadinya signifikan dapat didasari salah satunya yakni akreditasi dan reputasi Universitas Muhammadiyah Jember. Penting sekali bahwa saat ini, peningkatan akreditasi sangat diperlukan untuk standar ukuran tentang mutu pendidikan pada suatu lembaga pendidikan perguruan tinggi khususnya perguruan tinggi swasta, dimana setiap perguruan tinggi tersebut harus bisa meningkatkan mutu dan daya saing terhadap lulusannya dan dapat menjamin tentang proses belajar mengajar pada perguruan tinggi tersebut. Selain itu, reputasi Universitas Muhammadiyah Jember perlu ditingkatkan kembali dalam hal ini selain meningkatkan fasilitas pendidikan yang memadai juga dalam segi kualitas dan kuantitas dosen harus lebih ditingkatkan kembali.

3. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa yang diciptakan oleh Universitas Muhammadiyah Jember secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan setuju dari responden terhadap kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa Universitas Jember. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kepuasan mahasiswa dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember. Dengan adanya kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa maka hal tersebut dapat membuat terciptanya *word of mouth*. Hasil dari uji signifikan parsial (uji t) ini mendukung apabila dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu yang diperoleh Dyah Kurniawati (2010)

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Sesuai dengan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan dalam bab empat, maka kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut. :

1. Secara simultan, hasil penelitian menunjukkan bahwa bahwa variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, citra institusi dan kepuasan mahasiswa berpengaruh secara simultan terhadap *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember sebagai variabel dependen.

2. Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Variabel Citra Institusi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap terjadinya *word of mouth* di Universitas Muhammadiyah Jember.

### Saran

Saran peneliti yang ingin dikemukakan adalah :

Di harapkan bagi Instansi Perguruan Tinggi, khususnya Perguruan Tinggi swasta lebih ditingkatkan kembali untuk mutu pendidikan karena penting sekali bahwa saat ini, peningkatan akreditasi sangat diperlukan untuk standar ukuran tentang mutu pendidikan pada suatu lembaga pendidikan perguruan tinggi, dimana setiap perguruan tinggi harus bisa meningkatkan mutu dan daya saing terhadap lulusannya dapat menjamin tentang proses belajar mengajar pada perguruan tinggi tersebut, dan sebagai acuan untuk memberikan informasi tentang sudah siapnya suatu perguruan tinggi dalam melakukan kegiatan proses belajar mengajar sesuai standarisasi yang diberikan oleh pemerintah (kemendiknas). Melalui akreditasi, pemerintah bisa lebih mudah menjamin mutu Perguruan Tinggi dan tenaga kerja yang lulus dari Perguruan Tinggi yang sudah terakreditasi. Selain itu, **Perguruan Tinggi Swasta yang sehat dan mempunyai citra yang baik adalah Perguruan Tinggi Swasta yang dikenal oleh masyarakat karena reputasinya, dikelola dengan profesional, bertanggung jawab, dan bermoral.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham Kristanto Andreas. 2012. *Pengaruh kepuasan konsumen terhadap Word of Mouth bengkel kelud motor Kediri*. Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas pembangunan nasional “veteran” Jawa timur
- Afsari, Siti Fitriani. 2016. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kecenderungan Kecurangan (Fraud) di Sektor Pemerintahan Berdasarkan Teori Fraud Triangle: Persepsi Pegawai Pemerintahan (Studi pada SKPD di Kabupaten Jember)*. Jember: Universitas Jember.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Edisi Pertama. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto S, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Ed Revisi VI, Penerbit PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Dyah, Kurniawati. 2010. *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan Dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Minat Mereferensikan Kampusnya (Studi Kasus Pada*

*Mahasiswa Universitas Widya Mandala Madiun)*". Skripsi. Fakultas ekonomi Universitas Widya Mandala Madiun.

Griffin, Ricky W. 2004. *Management 7th Edition*. Jakarta : Erlangga.

Ghozali,I.2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*,Edisi Kedua, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Gujarati, Damodar, 2003, *Ekonometri Dasar*. Terjemahan: Sumarno Zain, Jakarta: Erlangga.

Edris, Mochamad dan Panca Winahyuningsih. 2012. *Bisnis Pengantar*. Kudus.

Freddy Rangkuti. 2004. *The Power Of Brand* . Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Handoko, T. Hani. 2003. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta : BPFE Yogyakarta.

Hanaysha, Jalal R.M., Haim Hilman Abdullah and Ari Warokka. 2011. Service Quality and Students' Satisfaction at Higher Learning Institution: The Competing Dimensions of Malaysian Universities' Competitiveness. *Journal of Southeast Asian Research*. Vol 2011, No 2.

Hidajahningtyas, Nurullah. 2013. "*Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien di Poliklinik Eksekutif Rumah Sakit Daerah dr. Soebandi Kabupaten Jember*". Tesis. Jember: Pascasarjana Universitas Jember.

Ina, Ratnasari. 2016. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan Mahasiswa Yang Berdampak Pada Word Of Mouth (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)*". Skripsi. Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Singaperbangsa. Karawang

Kotler, P., and Armstrong. 2002. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2*. Jakarta. Penerbit Erlangga.

Kotler, P., and Keller, K. 2006. *Marketing Management: Customer Value, Customer Satisfaction and Customer Loyalty*. 12th ed. Prentice-Hall.

Kotler, P., and Keller, K. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta. PT Indeks.

Kotler, P., and Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga

Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Kusdiyanto. 2008. "*Citra Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah V Jawa Tengah*" *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Volume 12, Nomor 2, Desember 2008, hlm. 150-160.

Lovelock.C dan Lauren K. Wright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Alih bahasa Agus Widiantoro, Cetakan Kedua, Jakarta; PT. INDEKS.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat: Jakarta

- Pande,Putu. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Word Of Mouth Mahasiswa Lembaga Pelatihan Pariwisata Bali*. Tesis. Universitas Udayana Denpasar
- Parasuraman, A., V. A. Zeithaml, dan L.L. Berry, 1998, SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1.
- Prasetyo, Rudy. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*. *Jurnal Ekonomi* Vol.1.1.pp 5-7.
- Srinadi dan Nilakusmawati. 2008. “*Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di FMIP, Universitas Udayana)*” *Jurnal Cakrawala Pendidikan*. November.Th. XXVII.
- Maholtra. 2005. “*Riset Penelitian*”. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Nurul,Qomariah. 2012. “*Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*” *Jurnal aplikasi manajemen* volume 10 Nomor 11 Maret 2012.
- Rifky dan Yessy. 2015. “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Word Of Mouth (WOM) Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada pasien BPJS di RSI Jemursari Surabaya)*”. *Jurnal ilmu manajemen* volume 1 nomor 1 Oktober 2015
- Silva, Rui Vinhas Da and Alwi, Sharifah Faridah Syed. 2008. “*Online corporate brand image, satisfaction and loyalty*”. *Brand Management*. Vol. 16. No.3 pp 119-144, 2008
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta
- Tjahjaningsih, Endang, 2013.“*Pengaruh Citra dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Supermarket Carrefour di Semarang)*” *Jurnal Ekonomi*. Universitas Stikubank, Semarang
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*.Andi Offset.Yogyakarta
- Tjiptono, Fandi & Chandra, Gregorius.2005. *Service Quality Satisfaction*. Andi Offset.Yogyakarta
- Wantara, P. 2008. *Pengaruh Citra, Reputasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa PTS di Jawa Timur*, Disertasi PDIM Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya, Malang.
- Wuryan, H. Shopyanto dan Djoko Legowo. 2009. *Pengaruh Citra Lembaga, Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa Dan Implikasinya Kepada Komitmen Relasional Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*. *Jurnal TEMA*. Vol.6 Th.2.pp. 119-131.

[www.jemberjic.com](http://www.jemberjic.com) (Diakses pada 20 November 2016)

[www.unmuhjember.ac.id](http://www.unmuhjember.ac.id) (Diakses pada 2 Desember 2016)

[www.beritajatim.com](http://www.beritajatim.com) (Diakses pada 3 Desember 2016)

<http://www.spssindonesia.com/2014/01/uji-validitas-product-momen-spss.html> diakses pada 13 Maret 2017

<http://www.spssindonesia.com/2014/02/uji-multikolonieritas-dengan-melihat.html> diakses pada 13 Maret 2017.

<http://www.spssindonesia.com/2014/02/cara-mudah-melakukan-uji-t-dengan-spss.html> diakses pada 14 Maret 2017.

<http://www.spssindonesia.com/2016/08/cara-melakukan-uji-f-simultan-dalam.html> diakses pada 14 Maret 2017.