

PENGARUH CITRA LEMBAGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA THAILAND DALAM MENEMPUH STUDI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER.

Surainee Maseng
NIM.1310411187

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Jember
Surainee.612@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan mahasiswa Thailand pada Universitas Muhammadiyah Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh citra lembaga, promosi dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand secara parsial dan simultan. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Thailand di Universitas Muhammadiyah Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden, menggunakan teknik non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi citra lembaga tidak signifikan dikarenakan lebih besar dari 0,05 dan promosi, dan kualitas layanan lebih kecil dari 0,05, sehingga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, sehingga secara simultan citra lembaga, promosi, dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Analisis regresi menunjukkan bahwa citra lembaga, promosi dan kualitas layanan memiliki nilai koefisien positif, yang berarti semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 22% kepuasan mahasiswa Thailand dipengaruhi oleh citra lembaga, promosi dan kualitas layanan. Sedangkan sisanya 78% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti lokasi, promosi, harga dan lain-lain.

Kata kunci: citra lembaga, promosi, kualitas layanan, dan kepuasan mahasiswa

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pendidikan merupakan suatu hal yang dijadikan prioritas terpenting dalam aspek kehidupan pada periode saat ini. Pendidikan yang baik akan menjadikan seseorang memiliki modal investasi untuk masa depan, dilihat dari berbagai aspek banyak manfaat yang diperoleh apabila seseorang memiliki suatu basic pendidikan yang berkualitas, dengan modal pendidikan yang baik, efeknya tidak hanya untuk jangka pendek tetapi juga untuk jangka panjang. Dampak jangka panjang yang dapat dirasakan antara lain adalah berdampak pada peningkatan karir seseorang apabila sudah terjun ke

dunia kerja profesional yang benar-benar memperhatikan adanya basic pendidikan yang berkualitas, selain itu dalam jangka pendek, pendidikan dapat dijadikan suatu investasi karena salah satu alasannya adalah bahwa dengan adanya pendidikan yang baik maka ilmu yang kita miliki tidak akan mengalami stagnasi, dengan adanya modal pendidikan yang berkualitas kita dapat mengembangkan ilmu yang diperoleh di dalam setiap aspek kehidupan.

Indrajit (2006), menjelaskan ada 5 dimensi makna pada perguruan tinggi atau institusi di bidang pendidikan yaitu: dimensi keilmuan (Ilmu dan Tehnologi, dimensi pendidikan (pendidikan tinggi), dimensi

sosial (kehidupan masyarakat), dimensi korporasi (satuan pendidikan dan penyelenggaraan) dan dimensi etis. Pada kondisi global seperti saat ini, Reinartz, Kraff, dan Hoyer (2004), menjelaskan bahwa preferensi konsumen seringkali berubah-ubah sehingga setiap perusahaan atau lembaga tidak terkecuali perguruan tinggi dituntut untuk dapat mengikuti perubahan preferensi konsumen secara terus menerus. Konsep pelayanan disini memiliki hak untuk memilih alternative dan menentukan mana pelayanan di bidang jasa di bidang pendidikan yang terbaik.

Kotler (2007), mendefinisikan citra sebagai “Seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek”, selanjutnya beliau mengatakan “Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut”, ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya. Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan relasi bisnis, mempertahankan atau bahkan meluaskan pangsa pasar, memenangkan suatu persaingan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan tergantung kepada citra produk yang melekat dipikiran.

Di zaman sekarang pelayanan, promosi, citra lembaga dari suatu produk jasa perusahaan atau lembaga pendidikan perlu dilakukan agar calon mahasiswa menjadi tertarik dalam memilih lembaga pendidikan sebagai rangkaian dari pendidikan tingkat lanjut selain itu citra dari lembaga pendidikan yang baik juga perlu agar ketertarikan calon mahasiswa menjadi lebih meningkat lagi di satu sisi peran dari tindak nyata dari lembaga pendidikan bagi kemajuan mahasiswa juga perlu ditingkatkan agar semakin meningkatkan citra lembaga pendidikan tersebut yaitu citra dari Universitas Muhammadiyah Jember.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam perusahaan, (Swastha,2005).

Kualitas sendiri memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan. Kualitas pendidikan berperan dalam memberikan motivasi kepada para peserta didik dalam belajar dan juga dapat berperan sebagai perantara antara peserta didik dengan pihak pendidik. Lembaga pendidikan seperti Sekolah, Universitas ataupun Lembaga belajar merupakan instansi yang menjual produk berupa pelayanan di bidang pendidikan, maka dari itu dimensi kualitas sangat diutamakan. Lembaga pendidikan ibarat perusahaan jasa, lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen dalam hal ini peserta didik, umumnya terlibat langsung dalam proses tersebut. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan manajemen lembaga memahami dengan seksama harapan peserta didik serta kebutuhannya.

Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan pelanggan. (Mowen dan Arfianto, 2005) menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja pelayanan. Zeithaml (1990) memaparkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan yang dibetuk oleh perbandingan ideal dan persepsi dari kinerja kualitas. Ada 5 dimensi pokok kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yaitu: bukti fisik, responsive, kehandalan, empathy, dan garanti.

Inti permasalahan yang dapat kita ketahui bahwa untuk mendapatkan pendidikan yang berkualitas, berkompeten, dan dapat dijadikan investasi masa depan, maka harus di dukung oleh suatu institusi di bidang pendidikan yang mampu memberikan pelayanan jasa pendidikan yang benar-benar mampu mewujudkan suatu pendidikan yang benar-benar berkompeten. Periode saat ini banyak universitas-universitas di Indonesia yang banyak memberikan pilihan-pilihan program studi yang sudah berstandar nasional, banyak fakultas di dalam suatu universitas yang benar-benar memberikan jaminan untuk menyelenggarakan program pendidikan yang berkompeten baik itu mulai program Diploma III, Strata 1, atau Pasca Sarjana.

Jumlah PTS di Kabupaten Jember sebanyak tujuh belas PTS. Adapun PTS tersebut menurut data di situs resmi Koordinasi Perguruan Tinggi Swasta (Kopertis) VII wilayah Jawa Timur per tanggal 28 November 2013. Terdapat tiga PTS di kabupaten Jember yang berbentuk Universitas antara lain Universitas Muhammadiyah Jember, Universitas Mochammad Sroedji, dan Universitas Islam

Tahun	Jumlah mahasiswa awal	Jumlah mahasiswa tetap	Jumlah mahasiswa keluar
2013	8	7	1
2014	9	5	4
2015	13	11	2
2016	10	8	2

Jember. Universitas Muhammadiyah Jember merupakan Universitas unggulan, ini terbukti dengan riset yang dilakukan Kopertis VII wilayah Jawa Timur pada tahun 2007 mengenai dua puluh PTS unggulan di Jawa Timur dan Universitas Muhammadiyah Jember termasuk ke dalam kategori 10 kampus unggulan kelompok universitas, sedangkan Akademi Pariwisata Muhammadiyah Jember termasuk ke dalam 10 besar kampus unggulan kelompok non

universitas

(<http://adhimaswijaya.wordpress.com>).

Universitas Muhammadiyah Jember sebagai perusahaan jasa lebih menawarkan kualitas sebagai daya tarik bagi mahasiswanya. Kualitas yang ditawarkan antara lain kualitas akademik, pendidikan, pelayanan, kurikulum yang terus diperbaharui, sarana-prasarana dan lain sebagainya. Kualitas yang ada ini bila semakin ditingkatkan maka akan berdampak pada peningkatan kualitas tenaga pengajar, mahasiswa maupun lulusan.

Universitas Muhammadiyah Jember memiliki sembilan fakultas, satu akademi dan satu program studi pasca sarjana.

Dari data pertumbuhan jumlah mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Jember dari interval periode 4 tahun ini menunjukkan adanya fluktuasi, yang berindikasi bahwa minat para siswa dari Thailand dari tahun ajaran 2013,2014,2015 dan sampai tahun 2016 untuk melanjutkan pendidikan di jenjang perguruan tinggi sarjana S1 terutama di Universitas Muhammadiyah Jember menunjukkan pertumbuhan yang tidak konstan, berfluktuasi bahkan cenderung menurun, berdasarkan data diatas memberikan suatu gambaran, terdapat suatu masalah tentang minat siswa Thailand untuk melanjutkan studi atau mendaftar di Universitas Muhammadiyah Jember.

Tabel 1.1 Daftar jumlah mahasiswa Thailand setiap angkatan.

Dari data tersebut diperoleh kesimpulan bahwa jumlah mahasiswa Thailand yang lagi menepuhui perkuliahan di universitas Muhammadiyah Jember dari tahun ke tahun selalu menunjukkan jumlah yang tidak sama.

Berikut adalah daftar tabel jumlah mahasiswa Thailand pada masing-masing fakultas.

Tabel 1.2 Daftar Jumlah mahasiswa Thailand Setiap Fakultas

Tahun	Fakultas	Jumlah Mahasiswa Awal	Jumlah Mahasiswa Tetap	Jumlah Mahasiswa Keluar
2013	Teknik	2	1	1
	Fkip	5	5	-
	Ekonomi	1	1	-
2014	Teknik	1	1	-
	Fkip	2	2	-
	Psikologi	2	1	1
	Fikes	2	-	2
	Ekonomi	1	-	1
	Fisipol	1	1	-
2015	Fkip	8	6	2
	Fikes	2	2	-
	Ekonomi	2	2	-
	Teknik	1	1	-
2016	Fkip	6	5	1
	Fikes	4	3	1
Total		40	32	8

Dari tabel 1.2 didapatkan suatu penjelasan bahwasannya terdapat 40 mahasiswa Thailand yang menempuh studi di lembaga pendidikan Universitas Muhammadiyah Jember yang mana dari 40 mahasiswa tersebut tersebar pada beberapa fakultas yang meliputi fakultas ekonomi, fakultas pendidikan, fakultas kesehatan, fakultas teknik, fakultas psikologi, dan fakultas ilmu social dan pemerintahan.

Berikut adalah tabel 1.3 tentang kepuasan dilakukan melalui survey awal berupa wawancara 20 mahasiswa Thailand periode tahun 2013 sampai 2016 yang menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember :

Tabel 1.3 Data kepuasan mahasiswa Thailand empat tahun terakhir yang menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember :

Pertanyaan	Tidak Puas	puas	Total	Prosentase (puas)
Pelayanan Akademik	4	16	20	80%
Pelayanan non akademi	3	17	20	85%
Reputasi citra lembaga UMJ	8	12	20	60%
Promosi UMJ ke LN	4	16	20	80%

Sumber : data mahasiswa Thailand

Dari tabel diatas dijelaskan bahwasannya terjadi peningkatan yaitu jumlah mahasiswa Thailand selama 3 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2016 mengindikasikan bahwa mahasiswa yang menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember yaitu puas dengan kinerja yang diberikan UMJ.

Minat studi mahasiswa Thailand untuk menempuh studi di Indonesia utamanya di Universitas Muhammadiyah Jember dikarenakan berbagai macam faktor yang berpengaruh mulai dari pertukaran pelajar antara Indonesia dengan Thailand hingga faktor lain yang juga berpengaruh salah satunya adalah adanya beasiswa dari badan alumni, beasiswa dari pemerintah Thailand (SBPAC) dan medat (Muslim Education Development Clup Thailand). Ada berbagai macam beasiswa yang di berikan oleh pemerintah Thailand dan juga dari badan alumni guna menunjang kerja sama dalam bidang pendidikan adapun beasiswa yang diberikan oleh pemerintah Thailand adalah SBPAC dan Medat yang mana setiap penerima beasiswa harus melakukan suatu tes guna untuk dapat melanjutkan pendidikan di tingkat tinggi namun yang membedakan antara beasiswa SBPAC dan Medat ini adalah SBPAC adalah beasiswa yang di berikan pemerintah Thailand melalui jalur tes akan tetapi hanya diperuntukkan untuk mahasiswa yang berdomisili di tiga wilayah Thailand Selatan yang meliputi wilayah Yala, Narathiwat, dan Pattani. Sedangkan Medat adalah beasiswa yang diberikan pemerintah Thailand melalui jalur tes juga akan tetapi cakupan wilayah pengambilan mahasiswanya luas meliputi seluruh wilayah di Thailand kecuali tiga wilayah yang terdaftar sebagai anggota SBPAC, sedangkan badan alumni adalah beasiswa yang diberikan untuk meningkatkan kerja sama dengan suatu lembaga pendidikan

yang sudah ada melalui alumni perguruan tinggi tersebut.

B. Rumusan Masalah

- 1) Apakah terdapat citra lembaga terhadap kepuasan mahasiswa Thailand dalam memilih studi di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember ?
- 2) Apakah terdapat promosi terhadap kepuasan mahasiswa Thailand dalam memilih studi di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember?
- 3) Apakah terdapat kualitas layanan terhadap kepuasan studi mahasiswa Thailand di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember ?

C. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menguji seberapa besar pengaruh citra lembaga terhadap kepuasan mahasiswa Thailand dalam memilih kuliah di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember.
- 2) Untuk menguji seberapa besar pengaruh Promosi terhadap kepuasan mahasiswa Thailand dalam memilih kuliah di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember.
- 3) Untuk menguji seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan studi mahasiswa Thailand di Perguruan Tinggi Universitas Muhammadiyah Jember.

D. Kajian Pustaka

1. Citra lembaga

Kotler (2007), mendefinisikan citra lembaga sebagai “Seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang memiliki seseorang terhadap suatu objek”, selanjutnya beliau mengatakan “Sikap dan tindakan seseorang terhadap suatu objek sangat dikondisikan oleh citra objek tersebut”, ini memberi arti bahwa kepercayaan, ide serta impresi

seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya. Seseorang yang mempunyai impresi dan kepercayaan tinggi terhadap suatu produk tidak akan berpikir panjang untuk membeli dan menggunakan produk tersebut bahkan boleh jadi ia akan menjadi pelanggan yang loyal. Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan relasi bisnis, mempertahankan atau bahkan meluaskan pangsa pasar, memenangkan suatu persaingan dan mempertahankan posisi yang menguntungkan tergantung kepada citra produk yang melekat dipikiran.

2. Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam perusahaan, (Swastha,2005).

Promotional mix menurut Swasta (2005), adalah kombinasi strategi yang paling baik dari variabel-variabel periklanan, personal selling dan alat promosi yang lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. Swastha (1990) menjelaskan bahwa, variabel-variabel promotional mix dibagi menjadi :

- 1)Periklanan,
- 2)Personal Selling,
- 3)Publisitas
- 4)Promosi Penjualan

Indikator untuk promosi dalam penelitian ini meliputi :

- 1) Kegiatan peiklanan di media massa
- 2) Dengan memberikan diskon atau potongan harga³. Mensponsori suatu kegiatan
- 3) Penampangan iklan di tempat umum
- 4) Memanfaatkan media internet

3. Kualitas layanan

Lupiyoadi (2001) menjelaskan bahwa salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan pelanggan. (Mowen dan Arfianto, 2005) menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja pelayanan. Zeithaml (1990) memaparkan bahwa, kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan pelanggan yang dibetuk oleh perbandingan ideal dan persepsi dari kinerja kualitas.

Ada 5 dimensi pokok kualitas pelayanan menurut Zeithaml, Parasuraman dan Berry, yaitu:

- 1) Tangibles(Buktilangsung)
- 2) Reliability (Kehandalan)
- 3) Responsiveness(Dayatanggap)
- 4) Assurance (Jaminan)
- 5) Emphaty(empati)

Menurut Supriyono (2000) biaya adalah pengorbana ekonomis yang dibuat untuk memperoleh barang atau jasa. Secara bahasa, biaya (cost) dapat diartikan sebagai pengeluaran, dalam istilah ekonomi biaya/pengeluaran dapat berupa uang atau bentuk moneter lainnya (Ardiansyah dalam Kabar Pendidikan) Sedangkan biaya pendidikan menurut Prof. Dr. Dedi Supriadi (2007), merupakan salah satu komponen instrumental (instrumental input) yang sangat penting dalam penyelenggaraan pendidikan. Biaya dalam pengertian ini memiliki cakupan yang luas, yakni semua jenis pengeluaran yang berkenaan dengan penyelenggaraan pendidikan, baik dalam bentuk uang maupun barang dan tenaga (yang dapat dihargakan uang).

4. Kepuasan

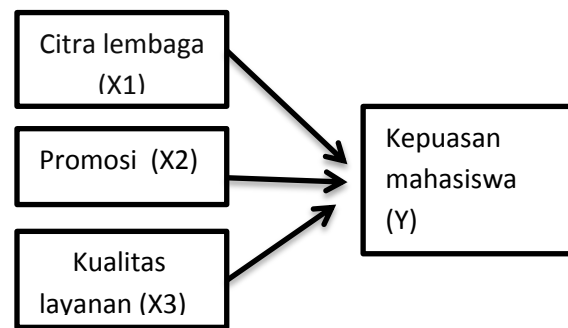
Secara umum Kepuasan pelanggan adalah konsep penting dalam pemasaran dan penelitian konsumen. Mahasiswa adalah konsumen/ pelanggan dari suatu lembaga pendidikan tinggi sehingga konsep kepuasan

mahasiswa dapat disamakan dengan konsep kepuasan pelanggan. Sudah menjadi pendapat umum bahwa jika konsumen merasa puas dengan suatu produk atau merek, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahu orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Jika mereka tidak dipuaskan, mereka cenderung beralih kepada merek lain.

Menurut Kotler dan Keller (2009:138) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan pelanggan dengan kata lain merupakan tanggapan pemenuhan pelanggan yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan pelanggan yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Guna mewujudkan hal tersebut perusahaan harus mempelajari dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat melakukan tindakan-tindakan perbaikan dan pelayanan agar pelanggan terpuaskan.

E. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

H1 : Ada pengaruh Citra Lembaga terhadap Kepuasan mahasiswa Thailand di unmuh jember.

H2 : Ada pengaruh Promosi terhadap Kepuasan mahasiswa Thailand di unmuh jember.

H3 : Ada pengaruh kualitas layanan terhadap Kepuasan mahasiswa Thailand di unmuh jember.

II. METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain Penelitian yang penulis ambil yaitu penelitian explanatory, dimana penelitian hanya menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain yang berdasar pada penelitian terdahulu. Memaparkan dan menjabarkan kualitas dosen, layanan dan fasilitas belajar serta kepuasan mahasiswa, dan bersifat kuantitatif yaitu suatu pengukuran gejala-gejala atau indikasi-indikasi sosial yang diterjemahkan dalam skor-skor angka untuk dianalisis secara statistik.

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari unit yang ciri-cirinya akan diduga. Populasi adalah sejumlah individu yang paling sedikit mempunyai sifat tau kepentingan yang sama (Indriantono dan Supomo, 2002). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Thailand yang studi di Universitas muhammadiyah Jember (Tekhnik Sensus) Berjumlah 40 Mahasiswa.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner (Angket), yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya; (Sugiyono, 2010: 199)
2. Observasi, yaitu cara pengambilan data dengan menggunakan mata

tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. (Nazir, 2005: 175)

3. Studi Dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. (Sugiyono, 2010: 422)

D. Analisis Data

Alat analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda. Berikut persamaan yang dibuat berdasarkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Analisis data menggunakan uji instrumen penelitian (uji validitas dan uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas), uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Sig (2-tailed)	α	Keterangan
Citra Lembaga			
x.1.1	0,000	< 0,05	Valid
x.1.2	0,000	< 0,05	Valid
x.1.3	0,000	< 0,05	Valid
Promosi			
x.2.1	0,000	< 0,05	Valid
x.2.2	0,000	< 0,05	Valid
x.2.3	0,000	< 0,05	Valid
Kualitas layanan			
x.3.1	0,000	< 0,05	Valid
x.3.2	0,000	< 0,05	Valid
x.3.3	0,000	< 0,05	Valid
Kepuasan			
y.1	0,000	< 0,05	Valid
y.2	0,000	< 0,05	Valid
y.3	0,000	< 0,05	Valid

Berdasarkan Tabel 3.1 diketahui bahwa seluruh nilai sig 2-tailed dari setiap item pernyataan memiliki nilai lebih kecil dari nilai signifikansi 0.05, sehingga kuisioner yang digunakan dalam penelitian dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 3.2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Cutoff	Keterangan
1	Citra Lembaga	0.933	> 0.7	Reliabel
2	Promosi	0.917	> 0.7	Reliabel
3	Kualitas layanan	0.951	> 0.7	Reliabel
4	Kepuasan	0.923	> 0.7	Reliabel

Tabel 3.2 menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang di atas 0.7, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dan kuisioner dinyatakan handal atau reliabel.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui adanya hubungan secara linier antara variabel dependen dengan variabel-variabel independen. Analisis ini digunakan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan Ghozali (2009:85). Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.468	1.943		2.814	.008
x1	.080	.146	.080	.549	.587
x2	.642	.183	.620	3.498	.001
x3	-.345	.169	-.353	-2.037	.049

Konstanta sebesar 5.468 menunjukkan besarnya kepuasan mahasiswa Thailand ketika citra lembaga, promosi dan kualitas layanan tidak diperhatikan oleh Universitas Muhammadiyah Jember.

Koefisien citra lembaga sebesar 0.080 menunjukkan apabila citra lembaga meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa Thailand akan meningkat sebesar 0.8%, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi promosi dan kualitas layanan adalah konstan. Nilai koefisien tersebut juga menunjukkan bahwa citra lembaga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa Thailand, yang berarti semakin baik citra lembaga Universitas Muhammadiyah Jember akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Thailand.

Koefisien promosi sebesar 0.642 menunjukkan apabila promosi meningkat sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa Thailand akan meningkat sebesar 64.2%, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi citra lembaga dan kualitas layanan adalah konstan. Nilai koefisien tersebut juga menunjukkan bahwa promosi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa Thailand, yang berarti promosi semakin baik maka kepuasan mahasiswa Thailand juga akan meningkatkan.

Kualitas layanan memiliki nilai koefisien sebesar -0.345 yang menunjukkan apabila kualitas layanan menurun sebesar 1 satuan maka kepuasan mahasiswa Thailand akan menurun sebesar -34.5%, begitu pula sebaliknya, dengan asumsi citra lembaga dan promosi adalah konstan. Nilai koefisien tersebut juga menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa, yang berarti semakin tidak baik kualitas layanan yang diberikan maka kepuasan mahasiswa Thailand pada Universitas Muhammadiyah Jember akan semakin menurunkan.

C. Uji Hipotesis

Tabel 3.4. Hasil Uji Hipotesis

No	Variabel	Uji t	
		Sig.	α
1	Citra lembaga	0.587	> 0.05
2	Promosi	0.001	< 0.05
3	Kualitas layanan	0.049	< 0.05

Dari Tabel 3.4, diketahui perbandingan antara taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

Hasil uji parsial menunjukkan citra lembaga memiliki nilai signifikansi sebesar 0.587 lebih besar dari 0.05, sehingga hipotesis pertama ditolak, yang berarti citra lembaga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini juga menunjukkan bahwa jika citra lembaga Universitas Muhammadiyah Jember semakin menurun maka kepuasan mahasiswa Thailand akan mengalami penurunan yang signifikan.

Variabel promosi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis kedua diterima, yang berarti promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini juga menunjukkan semakin baik promosi yang diberikan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa Thailand dengan signifikan.

Variabel kualitas layanan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0.049 lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis ketiga diterima, yang berarti semakin baik kualitas layanan akan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini juga menunjukkan semakin baik kualitas layanan Universitas Muhammadiyah Jember maka kepuasan mahasiswa Thailand akan mengalami peningkatan yang signifikan.

D. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 3.5. Hasil Koefisien Determinasi

Kriteria	Koefisien
<i>Adjusted R Square</i>	0.220

Hasil output SPSS menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,220. Hal ini menunjukkan bahwa 22.0 % kepuasan mahasiswa Thailand dipengaruhi oleh citra lembaga, kualitas layanan dan promosi. Sedangkan sisanya 78.0 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar model atau persamaan, seperti lokasi, sarana infrastruktur, harga dan lain-lain.

E. Pembahasan

1. Pengaruh Citra lembaga Terhadap kepuasan mahasiswa Thailand

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan citra lembaga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.587 lebih besar dari 0.05, yang berarti hipotesis pertama ditolak. Hal ini dikarenakan beberapa faktor yang berpengaruh dalam citra lembaga terhadap kepuasan mahasiswa Thailand yang mana faktor yang berpengaruh tersebut antara lain adalah akreditasi dari lembaga pendidikan Universitas Muhammadiyah Jember yang masih bersatus B dan ranking lembaga Universitas Muhammadiyah Jember pada tingkat nasional yang menduduki posisi urutan ke 159 sedangkan pada tingkat internasional menduduki posisi ranking ke 9368 sehingga berpengaruh

pada kepuasan mahasiswa Thailand karena mereka berharap adanya akreditasi A pada lembaga pendidikan tersebut, Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa Universitas Muhammadiyah Jember memiliki kesan yang menurun dikarenakan tidak terpenuhinya akreditasi yang maksimal dari lembaga pendidikan Universitas Muhammadiyah Jember sehingga berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa Thailand yang menempuh studi di lembaga pendidikan tersebut, selain itu faktor lain yang mengurangi ketidakpuasan mahasiswa Thailand yang menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember adalah mahasiswa yang berasal dari badan alumni, hal ini dikarenakan ketidaktahuan mahasiswa Thailand terhadap citra lembaga pendidikan yang akan di tujunya, karena disebabkan oleh mayoritas mahasiswa Thailand yang menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember mendapatkan beasiswa dari badan alumni, pemerintah Thailand adalah SBPAC dan Medat.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan teori kotler (2007) tentang konsep citra dalam pemasaran. bahwa kepercayaan, ide serta impresi seseorang sangat besar pengaruhnya terhadap sikap dan perilaku serta respon yang mungkin akan dilakukannya. Seseorang yang mempunyai impresi dan kepercayaan tinggi terhadap suatu produk tidak akan berpikir panjang untuk membeli dan menggunakan produk tersebut bahkan boleh jadi ia akan menjadi pelanggan yang loyal. Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan relasi bisnis, mempertahankan atau bahkan meluaskan pangsa pasar, memenangkan suatu persaingan dan mempertahankan posisi yang

menguntungkan tergantung kepada citra produk yang melekat dipikiran

Penelitian yang dilakukan oleh Setiowati (2015) menyatakan bahwa citra lembaga yang menurun dapat menurunkan tingkat kepuasan mahasiswa Thailand pada Universitas Muhammadiyah Jember. Hasil ini tidak di dukung oleh penelitian Setyowati (2015) yang menyatakan bahwa citra lembaga pada Universitas Muhammadiyah Jember berpengaruh positif signifikan terhadap minat studi mahasiswa.

2. Pengaruh promosi Terhadap kepuasan mahasiswa Thailand

Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0.001 dan lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Hasil tersebut telah membuktikan promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hasil ini menunjukkan jika media promosi yang disebar luaskan oleh universitas Muhammadiyah Jember sudah merata, dan efisien maka kepuasan mahasiswa Thailand akan mengalami peningkatan. Promosi merupakan salah satu variabel dalam marketing mix yang sangat penting dilakukan oleh perusahaan dalam memasarkan produknya. Promosi dapat diartikan sebagai arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan menciptakan pertukaran dalam perusahaan)Swastha,2005(, Hasil ini juga sejalan oleh penelitian Setyowati (2015) yang membuktikan bahwa promosi berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa Thailand.

3. Pengaruh Kualitas layanan Terhadap kepuasan mahasiswa Thailand

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.049 lebih kecil dari 0,05 yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa jika Universitas Muhammadiyah Jember memiliki fasilitas yang lengkap dan memadai, Universitas Muhammadiyah Jember mampu memberikan pelayanan yang maksimal dengan kesigapan dalam membantu kebutuhan mahasiswa, maka akan menyebabkan kepuasan mahasiswa Thailand meningkat. Hasil ini sesuai dengan pernyataan Mowen dan Arfianto, 2005 menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan merupakan evaluasi konsumen tentang kesempurnaan kinerja pelayanan. Layanan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pelayanan yang sesuai dengan standart yang telah ditentukan, misalnya pemberian layanan sesuai kebutuhan mahasiswa. Sedangkan Penelitian yang dilakukan Septiyani (2016) , Setyowati (2015), Amriyanti dll (2013) dan Santoso (2016) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pengujian secara statistik, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Citra lembaga memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini menunjukkan semakin tidak baik citra lembaga Universitas Muhammadiyah Jember akan berdampak pada semakin

menurunnya kepuasan mahasiswa Thailand.

- 2) promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini menunjukkan semakin baik promosi Universitas Muhammadiyah Jember akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan mahasiswa Thailand. Dapat disimpulkan jika promosi yang dibuat oleh Universitas Muhammadiyah Jember menarik dan dapat memberikan informasi yang sesuai, memiliki fungsi yang baik bagi penerimanya maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan mahasiswa Thailand pada Universitas Muhammadiyah Jember.
- 3) Kualitas layanan memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Thailand. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas layanan yang diberikan akan berdampak pada semakin meningkatnya kepuasan mahasiswa Thailand. Dapat disimpulkan jika Universitas Muhammadiyah Jember memiliki sarana dan prasarana yang bersih dan rapi, Universitas Muhammadiyah Jember mampu melayani mahasiswa sesuai kebutuhan dan karyawan Universitas Muhammadiyah Jember memiliki kesigapan dalam membantu mahasiswa, maka akan menyebabkan kepuasan mahasiswa meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- 1) Amryyant Ruth i, dan all, 2013 Pengaruh kualitas layanan, produk dan kewajaran harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada LnC SKIN CARE SINGARAJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis Volume.02.No.01.Tahun 2013.Magister FE Universitas Udayana

- 2) Bunging Burhan.2013. Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Kencana Prenada Media Group.Jakarta
- 3) Ghozali,Imam.(2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima) Semarang: Universitas Diponegoro.
- 4) Ghozali,Imam.2013. Analisis Multivariate dengan Program SPSS Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 5) Indriantoro,Nur dan Bambang Supomo.2013. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi danManajemen,Edisi Pertama.BPFE.Yogyakarta
- 6) Juwandi,HendyIrawan.2004.Kepuasan Pelayanan Jasa.Erlangga. Jakarta
- 7) Kotler,PhilipdanGaryAmstrong.2001.P rinsip-Prinsip Pemasaran.Edisi kedelapan. Jilid 1.Erlangga.Jakarta
- 8) Kotler Philip – Amstrong (2003, Manajemen Pemasaran, Salemba Empat, Jakarta
- 9) Kotler,Philip 2005.Manajemen Pemasaran.Jilid Satu. Edisi kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta : Indeks
- 10) Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, (2006), Marketing Management. 12th Edition, New Jersey : Person Education
- 11) Kotler,Philip dan keller.2007. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan,Implementasi dan Pengendalian. Edisi Pertama. Penerbit Prentice Hall, Salemba Empat, Jakarta
- 12) Kotler,Philip dan Kevin Lane Keller.2009. Manajemen Pemasaran,Edisi Ketiga Belas. Jilid ke-1.Erlangga.Jakarta
- 13) Kotler dan Amstrong. 2010. Principles Of Marketing. 13 Edition. New Jaesay. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- 14) Kotler,Philip Swee Hoon Ang,Sie Meng Leong,dan Chin Tion Tang. 2000. Manajemen Pemasaran Perspektif Asia.Andi.Jogyakarta
- 15) Lupiyoadi,Rambat.2013. Manajemen Pemasaran Jasa.Salemba Empat.Jakarta
- 16) Nazir,Moh.2005.Metodologi Penelitian.Ghalia Indonesia.Bogor
- 17) Rahmawati, Diana. 2013.Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Mahasiswa.Jurnal Economia, Volume 9,Nomor 1, April 2013,UNY
- 18) Santoso,budi 2016 Analisis service quality terhadap kepuasan dan Loyalitas pelanggan Hotel Tanjung Asri banyuwangi Jurnal sudah terpublikasi (jurnal JMBI VOL 2 NO. 2) tahun 2016 FE Unmuh Jember
- 19) Syafitri, Riska .2014. Analisis faktor-faktor yang berdampak kepada kepuasan mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah jember,Skripsi Mahasiswa FE,UMJ
- 20) Sugiyono.2010. Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta. Bandung
- 21) Septiyani, Rika. 2016 Pengaruh Biaya, Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kuliah Di Universitas Muhammadiyah Jember Studi Kasus Mahasiswa Pertanian Angkatan 2015 ,Skripsi Mahasiswa FE,UMJ
- 22) Swasta, Basu dan Hani Handoko, 2005, manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen, Yogyakarta : BPFE UGM
- 23) Triyas Setiyowati.2015. “Analisis Service Quality,Promotion,Cost Study Dan Image Dampaknya Pada Minat Kuliah Di Perguruan Tinggi(Study Kasus Universitas Muhammadiyah Jember).jurnal JMBI ,Volume 1, Nomor 2,2016 FE Unmuh jember.

**BIODATA PENULIS SKRIPSI / NASKAH
PUBLIKASI**

N a m a: Surainee Maseng
Jenis Kelamin: Wanita
Warga Negara: Thai
Tempat / Tanggal Lahir: Narathiwat / 25 Januari
1995

Status: Belum Nikah

A g a m a: Islam

Asal Ijazah Sekolah: Nama Sekolah
SD: Sitaksin School
SLTP: Darussalam School
SLTA: Thamvitya mulniti School

N I M: 1310411187

Program Studi / Jurusan: Ekonomi manajemen

Alamat Di Indonesia: Jl. Semeru VIII
no.8,Sumpersari, Jember

Alamat Di Thailand: 38/10 M.1 T.Sisakhon
A.Sisakhon Ch.Narathiwat
96210 Thailand

No Telpon./HP: 087857619765

Email: Surainee.612@Gmail.com

Nama Orang Tua : Musa Maseng

Pekerjaan Orang Tua: Perkebunan

Alamat Orang Tua:38/10 M.1 T.Sisakhon
A.Sisakhon Ch.Narathiwat
96210 Thailand

Judul Skripsi : PENGARUH CITRA
LEMBAGA,PROMOSI, DAN
KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUASAN MAHASISWA
THAILAND DALAM MENEMPUH
STUDI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH JEMBER.

Dosen Pembimbing :

- Dra. Retno Endah S.,SE.,MM
- Budi Santoso.,SE., MM.



Jember, 17 Juli
2017

Penulis

Penulis
Surainee Maseng