

ABSTRAK

Semakin ketatnya persaingan di dunia pendidikan tinggi, yang mendorong Universitas Muhammadiyah Jember untuk memperkenalkan inovasi program baru *Recognisi Pembelajaran Lampau*. Untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan program tersebut serta memberikan kontribusi positif pada masyarakat, pemahaman terkait loyalitas mahasiswa menjadi sangat penting bagi institusi pendidikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *brand image*, kualitas pelayanan, dan *brand trust* terhadap loyalitas mahasiswa, dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa program RPL di Universitas Muhammadiyah Jember sebanyak 144 mahasiswa. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling (SEM)* melalui software *WarpPLS 8.0* untuk menguji hubungan antara variabel-variabel yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, kualitas pelayanan, dan *brand trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Selain itu, kepuasan mahasiswa juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Meskipun *brand image* dan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas, kepuasan sebagai variabel *intervening* memainkan peran penting dalam memediasi hubungan antara *brand image*, kualitas pelayanan, dan *brand trust* dengan loyalitas mahasiswa.

Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola institusi pendidikan untuk meningkatkan *brand image*, kualitas pelayanan, dan *brand trust* guna meningkatkan kepuasan mahasiswa. Dengan meningkatkan ketiga aspek tersebut, diharapkan mahasiswa akan lebih loyal dan memiliki komitmen yang tinggi terhadap institusi pendidikan mereka melalui mediasi kepuasan.

Kata Kunci: kepuasan, kualitas pelayanan, citra merk, loyalitas

ABSTRACT

The increasing competition in higher education has prompted Muhammadiyah University of Jember to introduce the new program innovation “Recognisi Pembelajaran Lampau (RPL)”. To ensure the sustainability and growth of the program and contribute positively to society, understanding student loyalty is crucial for educational institutions. The purpose of this study is to analyze the influence of brand image, service quality, and brand trust on student loyalty, with satisfaction as an intervening variable.

The research method used is a quantitative survey with data collected through questionnaires. The respondents in this study were 144 students of the RPL program at Universitas Muhammadiyah Jember. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) with WarpPLS 8.0 software to test the relationships between the variables studied.

The results show that brand image, service quality, and brand trust have a positive and significant influence on student satisfaction. Additionally, student satisfaction has a significant influence on student loyalty. Although brand image and service quality do not have a direct influence on loyalty, satisfaction as an intervening variable plays an important role in mediating the relationship between brand image, service quality, and brand trust with student loyalty.

These findings provide practical implications for educational institution managers to improve brand image, service quality, and brand trust in order to enhance student satisfaction. By improving these three aspects, it is expected that students will be more loyal and have a higher commitment to their educational institution through mediated satisfaction.

Keywords: satisfaction, service quality, brand image, loyalty