

**PENGARUH PELAYANAN AKADEMIK, NON AKADEMIK DAN KEPUASAN
TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO PROPINSI LAMPUNG**

*THE INFLUENCE OF ACADEMIC, NON-ACADEMIC SERVICES AND
SATISFACTION ON STUDENT LOYALTY AT THE FACULTY OF ECONOMIC AND
ISLAMIC BUSINESS, METRO STATE ISLAMIC INSTITUTE, LAMPUNG PROVINCE*

Muhammad Makhrus Saadon

Dr. Suharto, M.M., C.R.B.C.

Dr. M. Ihsan Dacholfany, S.E., M.Ed.

e-mail: 4don70119@Gmail.Com

*Muhammadiyah University of Metro, Metro City, 34111, Indonesia

Abstract

Muhammad Makhrus Saadon, 2021. Pengaruh Pelayanan Akademik, Nonakademik Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Propinsi Lampung. Pembimbing (1) Dr. Suharto, M.M., C.R.B.C. Pembimbing (2) Dr. M. Ihsan Dacholfany., M.E.d.

Kata Kunci : Pelayanan Akademik, Pelayanan Non Akademik, Kepuasan, dan Loyalitas.

Perguruan tinggi sebagai salah satu jenis lembaga pendidikan yang bergerak dibidang jasa, ditekankan untuk dapat memberikan pelayanan akademik, non akademik yaitu sesuai dengan harapan dan keinginan peserta didik tanpa memandang status sosial mahasiswanya. Peranan pendidikan yang berkualitas dan mampu mencetak manusia yang terdidik dan terpelajar, memiliki intelegensia dan keterampilan yang mampu menciptakan kemajuan disegala bidang dengan profesional dan integritas. (Heslina, Abd. Mansyur Mus. Jacky Pettipeiluhu, Yolanda Gladys, Andi Irvan Prenregngi. 2017).

Pendidikan Tinggi Agama Islam Negeri merupakan sebagai salah satu organisasi layanan publik, tentu juga memiliki tantangan yang sama dengan perguruan tinggi umum lainnya. Sehingga harus memikirkan strategi peningkatan pelayanan akademik dan non akademik yang memberikan kepuasan kepada mahasiswanya. Masing-masing pendidikan tinggi mereka memperkenalkan berbagai kelebihan dan fasilitas yang didapat mahasiswa jika melanjutkan studi pada lembaga pendidikan pada masing-masing daerah propinsi/kabupaten/kota tersebut.(Binti Nasukah.2014).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dibangun berlandaskan paradigma positivism dari August Comte (1798-1857). Pendekatan kuantitatif merupakan satu pendekatan penelitian yang dibangun berdasarkan pada filsafat positivisme. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dkk.2011). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan akademik, nonakademik dan kepuasan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Propinsi Lampung.

Hasil dari penelitian ini adalah pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung analisis jalur struktural 1 diperoleh nilai sig 0,00 < 0.05 maka hipotesis diterima. Pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung analisis jalur struktural 1 diperoleh nilai sig 0,00 < 0.05 maka hipotesis diterima. Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung analisis jalur struktural 2

diperoleh nilai sig $0,001 < 0,05$ maka hipotesis diterima. Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung analisis jalur struktural 2 diperoleh nilai tidak sig $0,420 < 0,05$ maka hipotesis ditolak. Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung analisis jalur struktural 2 diperoleh nilai sig $0,000 < 0,05$ maka hipotesis diterima. pengaruh tidak langsung pelayanan akademik mahasiswa melalui kepuasan terhadap loyalitas. Pelayanan akademik mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa ($0,196 < 0,227$). Pengaruh tidak langsung non akademik mahasiswa melalui kepuasan terhadap loyalitas. Pelayanan non akademik mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa ($0,098 > -0,49$). Dengan demikian, dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa, Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa. pengaruh tidak langsung pelayanan akademik mahasiswa melalui kepuasan terhadap loyalitas, mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Kata Kunci : Pelayanan Akademik, Pelayanan Non Akademik, Kepuasan, dan Loyalitas.

Abstract:

Muhammad Makhrus Saadon, 2021. *The Influence of Academic, Non-Academic Services and Satisfaction on Student Loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business, Metro State Islamic Institute, Lampung Province*. Advisors (1) Dr. Suharto, MM, CRBC Advisor (2) Dr. M. Ihsan Dacholfany., MEd

Keywords: Academic Services, Non Academic Services, Satisfaction, and Loyalty.

Higher education as a type of educational institution engaged in services is emphasized to be able to provide academic and non-academic services, namely in accordance with the hopes and desires of students regardless of the social status of students. The role of quality education and capable of producing well-educated and educated people, possessing intelligence and skills capable of creating progress in all fields with professionalism and integrity. (Heslina, Abd. Mansyur Mus. Jacky Pettipeiluhu, Yolanda Gladys, Andi Irvan Prenregngi. 2017).

State Islamic Higher Education as a public service organization, of course, also has the same challenges as other public universities. So you have to think about strategies to improve academic and non-academic services that give satisfaction to students. Each of their higher education introduces various advantages and facilities that students will get if they continue their studies at educational institutions in each of these provinces / districts / cities (Binti Nasukah. 2014).

This study uses a quantitative approach built on the positivism paradigm of August Comte (1798-1857). The quantitative approach is a research approach built on the philosophy of positivism. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, et al. 2011). This study aims to determine the effect of academic, non-academic services and satisfaction on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business, Metro State Islamic Institute, Lampung Province.

The results of this study are Academic service has a positive and significant effect on student satisfaction at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Metro Lampung. Structural path analysis 1 obtained a sig value of $0.00 < 0.05$, so the hypothesis is accepted. Non-academic services have a positive and significant effect on student satisfaction at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Metro Lampung, structural path analysis 1 obtained a sig value of $0.00 < 0.05$, so the hypothesis is accepted. Academic service has a positive and significant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Metro Lampung, structural path analysis 2 obtained a sig value of $0.001 < 0.05$, so the hypothesis is accepted. Non-academic services do not have a positive and insignificant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Metro Lampung. Structural path analysis 2 is not sig value of $0.420 < 0.05$, so the hypothesis is rejected. Student satisfaction has a positive and significant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business of IAIN Metro Lampung, structural path analysis 2 obtained a sig value of $0.000 < 0.05$, so the hypothesis is accepted. indirect influence of student academic services through satisfaction with loyalty. Student academic service through student satisfaction has a positive but insignificant effect on student loyalty ($0.196 < 0.227$). The indirect non-academic influence of students through satisfaction with loyalty. Student non-academic services through student satisfaction have a positive and significant effect on student loyalty ($0.098 > -0.49$). Thus, these results indicate that non-academic services do not have a positive and insignificant effect on student loyalty. Non-academic services do not have a positive and insignificant effect on student loyalty. indirect influence of student academic services through satisfaction with loyalty, has a positive but insignificant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Metro Lampung. These results indicate that non-academic services have no positive and insignificant effect on student loyalty, non-academic services have no positive and insignificant effect on student loyalty. indirect influence of student academic services through satisfaction with loyalty, has a positive but insignificant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Metro Lampung. These results indicate that non-academic services have no positive and insignificant effect on student loyalty, non-academic services have no positive and insignificant effect on student loyalty. indirect influence of student academic services through satisfaction with loyalty, has a positive but insignificant effect on student loyalty at the Faculty of Economics and Islamic Business IAIN Metro Lampung.

Keywords: Academic Services, Non Academic Services, Satisfaction, and Loyalty.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pendidikan adalah bagian penting dari hidup kita. Dengan kata lain, semua manusia berhak atas kebebasan berpendapat dan berekspresi. Pendidikan sering disebut proses belajar, dan melalui pendidikan modern kita menerima berbagai jenis pendidikan di sekolah. (Made Astika.2014). Pendidikan sepenuhnya berisi tindakan berkelanjutan dengan semua orang untuk hidup dan menjaga kehidupan. Sangat penting untuk menjadi orang yang baik.

Pendidikan tinggi merupakan bagian dari kumpulan lembaga pendidikan yang didedikasikan untuk kegiatan yang dapat menawarkan layanan non-akademik berdasarkan kebutuhan dan minat siswa, tanpa memandang status sosialnya. Kualitas pendidikan dapat dikompromikan oleh mereka yang telah memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dapat dikembangkan sebelum para profesional (Heslina, Abd. Mansyur Mus. Jacky Pettipeiluhu, Yolanda Gladys, Andi Irvan Prenregngi. 2017).

Pendidikan adalah organisasi pendidikan yang mengubah kebutuhan dengan berkontribusi pada layanan

profesional dan memperkuat organisasi layanan yang ada. Langkah yang dilakukan lembaga pendidikan untuk meningkatkan pelayanan tersebut adalah dengan meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, sarana dan prasarana untuk mendukung mutu pelayanan pendidikan. (Rinala I.N. Yudana I.M. Natajaya I.N. 2013).

Perguruan Tinggi Islam Negeri (PTIN) berada di bawah tanggung jawab Kementerian Agama, ada tiga jenis perguruan tinggi yang termasuk ke dalam kategori ini, yaitu Universitas Negeri (UIN), Institut Agama Islam Negeri (IAIN), dan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Saat ini PTAIN berjumlah 58 yang terdiri dari 17 UIN, 34 IAIN, dan 7 STAIN. Penerimaan mahasiswa UIN, IAIN, dan STAIN se-Indonesia dapat dilakukan melalui Seleksi Prestasi Akademik Nasional Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (SPAN PTKIN), Ujian Masuk Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (UM PTKIN) dan Jalur Mandiri yang diatur oleh perguruan tinggi yang bersangkutan. (Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas).

Kepuasan konsumen dapat dijadikan modal yang berguna di bidang periklanan, termasuk perguruan tinggi dan universitas. Mereka harus memiliki konsep mengutamakan kepuasan mahasiswa dengan melihat kesenjangan antara pelayanan jasa yang diberikan dengan pelayanan jasa yang diperoleh mahasiswa. Guru yang tidak aktif, menjadi tanggung jawab, tempat kerja dan peralatan, dan siswa bisa jadi sulit di universitas mana pun. (Awaludin Ahmad, Ulin Nikmah:2017).

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu bentuk pemantauan kepuasan pelanggan untuk kepentingan otoritas dan penggunaan alat dan layanan yang disediakan oleh institusi. Kedamaian adalah sikap positif bagi institusi.. (Ximenes N.A.B. 2017)

Berknaan dengan pelaksanaan Pra Survey yang peneliti lakukan melalui wawancara, pada tanggal 12 – 15 Oktober 2020, pelayanan yang diberikan masih saja

terdapat berbagai kekurangan, dimana peneliti mendapatkan informasi bahwa ada beberapa keluhan baik dalam pelayanan akademik dan non akademik yang masih terjadi ketidak sesuaian antara harapan dengan apa didapatkan mahasiswa, yaitu dalam proses pembelajaran awal perkuliahan masih terjadi keterlambatan, dan sarana yang belum memadai, serta pelayanan mahasiswa yang belum sesuai ketentuan peraturan akademik

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan inditefiaksi masalah diatas tujuan penelitian adalah:

- II. Pengaruh langsung pelayanan akademik terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- III. Pengaruh langsung pelayanan non akademik terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- IV. Pengaruh langsung pelayanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- V. Pengaruh langsung pelayanan non akademik terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- VI. Pengaruh langsung kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- VII. Pengaruh tidak langsung pelayanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- VIII. Pengaruh tidak langsung pelayanan non akademik terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

II. KAJIAN TEORITIK

A. Kajian Literatur Yang Mendukung Variabel Terikat Dan Bebas

1. Pelayanan Akademik

Kata pelayanan banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari, misalnya pelayanan publik, pelayanan administratif, pelayanan yang memuaskan dan sebagainya. Hal ini dapat dimengerti karena masyarakat semakin kritis untuk mendapatkan haknya.

Tentunya layanan pendidikan juga mencakup layanan publik di wilayah tertentu, sehingga membahas masalah dengan layanan pendidikan tidak mengalihkan perhatian Anda dari berbicara

tentang layanan publik. Menurut Monier (1995) Kegiatan publik yang memenuhi kelompok paling penting orang yang memenuhi kebutuhan orang lain sama dengan kepentingan mereka yang benar (1995:26). Miftah Toha telah disediakan oleh layanan publik yang telah mencoba untuk memperkenalkan bantuan dan dengan mudah mencapai tujuan tertentu. Adanya kegiatan pendidikan sebagai layanan yang terkait menggunakan pendidikan, pertemuan, studi, evaluasi, perpustakaan, dan lainnya.-lain. (Sugi Rahayu.2007).

Beberapa bagian pelayanan akademik akan diuraikan secara singkat. **Pertama**, pelayanan akademik tentang perkuliahan mengikutsertakan banyak unsur, diantaranya: Dosen. Sudarwan Danim berpendapat bahwa tenaga kependidikan (termasuk dosen), dilihat sebagai keutuhan yang satu sama lain secara sinergi memberikan sumbangan terhadap proses pendidikan, pada tempat dimana mereka memberikan pelayanan. Fungsi utama pusat pendidikan adalah memberikan pelayanan yang berkualitas, terutama bagi pelajar dan klien pendidikan umum, pada saat pelayanan akan diberikan (Sugi Rahayu.2007).

Pengertian layanan akademik adalah upaya sistematis pendidikan untuk memfasilitasi peserta didik menguasai isi kurikulum melalui proses pembelajaran sehingga mereka mampu mencapai kompetensi standar yang diharapkan. (Susanto H. 2014).

2. Pelayanan Nonakademik

Ada 4 (empat) mekanisme dimana dukungan non-akademik dapat meningkatkan keberhasilan siswa yaitu: menciptakan hubungan sosial, memperjelas aspirasi dan meningkatkan komitmen, mengembangkan pengetahuan perguruan tinggi, dan menjadikan kehidupan kampus layak sebagai berikut:

a. Menciptakan hubungan sosial;

Kegiatan ini menciptakan hubungan sosial bagi siswa memegang peranan yang sangat penting, tetapi sebagian siswa tidak menggunakan kesempatan tersebut. Aktivitas ini akan membantu siswa berinteraksi satu dengan yang lainnya, atau berinteraksi dengan gurunya, dan nampaknya mekanisme ini sangat baik dilakukan untuk jangka panjang.

Pengimplementasian pembelajaran yang baik akan menciptakan hubungan yang baik di dalamnya karena siswa akan menghabiskan waktunya bersama-sama, dan saling membagi hal-hal yang menarik diantara mereka. Dengan demikian siswa akan sukses dalam pembelajarannya, yang bertujuan membantu siswa menyesuaikan diri dengan lingkungan kampusnya, mendapatkan kemudahan akses informasi, dan mengenal lebih dalam fakultasnya dan rekan-rekannya, yang dapat mendukung perkembangan hubungan sosial tersebut. Interaktif *pedagogy*, kelompok belajar, dan pertemuan serta komunikasi dengan guru yang akan membantu siswa mengembangkan hubungan sosial yang bermakna.

b. Memperjelas aspirasi dan meningkatkan komitmen;

Siswa yang tidak mempunyai tujuan yang jelas dan tidak memiliki pemahaman yang baik, dia kuliah akan tergelicir oleh tantangan dan kemunduran. Beberapa bukti menunjukkan bahwa kegiatan konseling akan meningkatkan hasil studi siswa, ketika kampus menolong siswa untuk mengembangkan serangkaian langkah konkret dalam mencapai tujuan mereka, dan membantu mereka memahami bagaimana kursus atau kuliah yang diambil berhubungan dengan tujuan tersebut. Ketika perguruan tinggi mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan apa yang disarankan, dibutuhkan alternatif metode untuk membantu siswa selangkah demi selangkah dalam mencapai tujuannya. Siswa yang sukses dalam kuliah merupakan alat yang menjanjikan saat ini, karena mereka memungkinkan terlibat dalam eksplorasi karir, perencanaan program, dan pemberian konseling lebih sering setiap minggunya dengan seorang instruktur yang mempunyai waktu untuk mengetahui mereka lebih baik.

c. Mengembangkan pengetahuan perguruan tinggi;

kegiatan ini Siswa harus mengetahui aturan-aturan tidak tertulis di lingkungannya. Dalam pendidikan nonformal ini, di dalamnya diajarkan mengetahui cara meminta bantuan, cara berpartisipasi di kelas dengan tepat, dan cara menavigasi sistem birokrasi untuk mengakses sumber daya, seperti bantuan keuangan. Modal budaya umumnya

didefinisikan dan dimiliki oleh kelompok-kelompok dominan, yang menempatkan siswa nontradisional dari latar belakang yang berbeda. Kurangnya modal budaya mungkin berdampak negatif pada hasil akademik mereka atau membuat mereka merasa cukup tidak nyaman untuk keluar dari pendidikan ini. Pemberian informasi yang akurat dan jelas kepada siswa merupakan tantangan tersendiri, karena layanan bimbingan dan konseling di perguruan tinggi terbebani dan kekurangan dana, dan upaya penyebaran informasi seringkali tidak terkoordinasi dengan baik. Biro bimbingan keberhasilan siswa mungkin merupakan kendaraan yang berguna untuk memberikan informasi dasar secara tepat waktu dan efisien.

d. Menjadikan Kehidupan Kampus Layak;

Komunitas mahasiswa kampus sering mendapatkan tantangan tak terduga yang melibatkan konflik antara tuntutan pekerjaan, keluarga dan sekolah. Adanya layanan bagi mahasiswa dalam mengatasi tantangan ini, dan memastikan bahwa siswa tidak mengalami gangguan saat mereka dalam pendidikan. Hal ini dapat ditindaklanjuti oleh kampus untuk dapat membantu siswa dalam mengurangi konflik mereka serta dapat meningkatkan hasil akademisnya. Siswa memiliki kebutuhan yang beragam, berbagai macam support non-akademik akan membantu kampus menjadi perguruan tinggi layak, seperti, menawarkan tempat penitipan anak, yang akan membantu mengurangi konflik antara keluarga dan sekolah, terutama untuk siswa perempuan. (Melinda Mechur Karp. 2011).

Layanan non akademik secara umum adalah suatu bentuk layanan tambahan yang diberikan oleh suatu perguruan tinggi dalam meningkatkan kemampuan yang dimiliki mahasiswa. Layanan non akademik sebagai layanan tambahan (*ekstrakurikuler*) yang diberikan oleh suatu perguruan tinggi, dalam meningkatkan kemampuan yang dimiliki mahasiswa dan tidak berhubungan dengan kurikulum pendidikan. Pelayanan non akademik dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan cara menjalankan pelayanan yang berkualitas yaitu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mahasiswa. "Pelayanan non akademik yang berkualitas memberikan dorongan bagi mahasiswa untuk menjalin ikatan yang

saling menguntungkan dalam jangka panjang".(Sitti Masyta.2020).

Secara umum, layanan non akademik merupakan layanan tambahan yang diberikan oleh perguruan tinggi untuk meningkatkan keterampilan mahasiswa. Peningkatan prestasi akademik dan akademik dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dengan memberikan peningkatan layanan yang memenuhi kebutuhan dan minat mahasiswa. Peningkatan kinerja akademik dan aktivitas non-akademik mendorong siswa untuk membentuk hubungan jangka panjang. "Layanan non akademik secara umum adalah suatu layanan tambahan (*ekstrakurikuler*) yang diberikan oleh suatu perguruan tinggi, dalam meningkatkan kemampuan yang dimiliki mahasiswa dan tidak berhubungan dengan kurikulum pendidikan". (Heslina, Abd. Mansyur Mus, dkk.2017).

Pada layanan non akademik disini penelitian memakai aspek penilaian pada penelitian Parasuraman, et al. 21 dimensi utama pada dimensi yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, tenaga pendidik, dan sarana komunikasi. "Sedangkan pada mutu pendidikan tinggi juga dapat kita lihat dari aspek aspek yang dinilai oleh Badan Akreditasi Nasional untuk menetapkan sebuah program studi terakreditasi atau tidak". Dan peneliti memakai aspek infrastruktur, suasana akademik, sistem informasi. (Dharsono W.W, Nursati E, Hutabarat J. 2015).

3. Kepuasan Mahasiswa

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *The Expectancy Disconfirmation Model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. Ketika konsumen membeli suatu produk, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi. Produk akan berfungsi sebagai berikut:

a. Produk berfungsi lebih baik dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi positif (*Positive*

disconfirmation). Jika ini terjadi, maka konsumen akan merasa puas.

b. Produk berfungsi seperti yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai konfirmasi sederhana (*simple confirmation*). Produk tersebut tidak memberikan rasa puas, dan produk tersebut pun tidak mengecewakan konsumen. Konsumen akan memiliki perasaan netral.

c. Produk berfungsi lebih buruk dari yang diharapkan, inilah yang disebut sebagai diskonfirmasi negatif (*negative disconfirmation*). Produk yang berfungsi buruk, tidak sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan kekecewaan, sehingga konsumen merasa tidak puas.

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersiapkan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Pengaruh kepuasan pelanggan bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kepuasan pelanggan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Dewasa ini perusahaan harus lebih baik lagi memperhatikan tingkat kepuasan pelanggannya karena internet menyediakan sarana bagi konsumen untuk menyebarkan berita buruk dengan cepat dan juga berita baik keseluruh dunia. Mengingat besarnya dampak buruk dari pelanggan yang tidak puas, penting bagi pemasar untuk menangani pengalaman negatif dengan cepat, prosedur berikut dapat membantu memulihkan itikad baik pelanggan.

a. Membuka *hotline* melalui media IT untuk menerima dan menindaklanjuti keluhan pelanggan.

b. Menghubungi pelanggan yang menyampaikan keluhan secepat mungkin. Semakin lambat respon perusahaan, semakin besarlah ketidakpuasan yang akan menimbulkan berita negative.

c. Menerima tanggung jawab atas kekecewaan pelanggan, jangan menyalahkan pelanggan.

d. Mempekerjakan orang layanan pelanggan yang memiliki empati.

e. Menyelesaikan keluhan dengan cepat dan mengusahakan kepuasan pelanggan. Sebagian pelanggan yang mempunyai keluhan sesungguhnya tidak meminta kompetensi yang besar sebagai tanda bahwa perusahaan peduli. (Kevin Lane Keller edisi 13 jilid 1 hal.138-139).

“Pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen terhadap suatu jasa adalah

perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapannya sebelum menggunakan jasa tersebut” (Suharto,2017). Engel, Blackwell, dan Miniard. (1995), mendefinisikan kepuasan diartikan sebagai evaluasi pasca penggunaan yang merupakan alternatif pilihan yang terpenuhi atau yang diharapkan. Kepuasan adalah “respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen”. (Zeithaml *etal.*,2010).

4. Loyalitas Mahasiswa

Menciptakan hubungan yang kuat dan erat dengan pelanggan adalah mimpi semua pemasar dan hal ini sering menjadi kunci keberhasilan pemasaran jangka panjang. Perusahaan yang ingin membentuk ikatan pelanggan yang kuat harus memperhatikan sejumlah pertimbangan yang beragam. Mendengarkan pelanggan merupakan hal penting dalam manajemen hubungan pelanggan. Beberapa perusahaan menciptakan mekanisme berkelanjutan yang membuat manajer dapat terus terhubung dengan umpan balik pelanggan dari lini depan.

1. Mengembangkan program loyalitas dapat dilakukan dengan dua program loyalitas pelanggan yang dapat ditawarkan perusahaan adalah program frekuensi dan program pemasaran klub. a). Program frekuensi dirancang untuk memberikan penghargaan kepada pelanggan yang sering membeli, program ini dapat membantu membangun loyalitas jangka panjang. b). Program keanggotaan klub bisa terbuka bagi semua orang yang membeli produk atau jasa, hanya terbatas bagi kelompok yang berminat atau mereka yang bersedia membayar kecil iuran. Meskipun klub terbuka baik untuk membangun *database* atau menangkap pelanggan dari pesaing, klub keanggotaan terbatas merupakan pembangun loyalitas jangka panjang yang lebih kuat.

2. Mempersonalisasikan pemasaran, Personel perusahaan dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan melalui pengindividualan dan personalisasi hubungan. Intinya perusahaan yang cerdas mengubah pelanggan mereka menjadi

klien. Institusi mungkin tidak mengenal nama pelanggan; tetapi perusahaan harus mengenal nama kliennya. Pelanggan dilayani sebagai bagian dari masa atau bagian dari segmen yang lebih besar; klien dilayani berdasarkan basis perorangan.

3. Menciptakan ikatan institusional, Perusahaan dapat memasok pelanggan dengan peralatan khusus atau hubungan biaya riset yang membantu pelanggan.

4. Memenangkan kembali, tanpa melihat sifat kategori atau seberapa keras perusahaan dapat mencoba, kita tidak dapat mencegah beberapa pelanggan tidak aktif atau keluar, Tantangannya adalah mengaktifkan kembali pelanggan yang tidak puas melalui strategi kemenangan kembali. (Kevin Lane Keller edisi 13 jilid 1 hal.138-139).

Loyalitas adalah derajat sejauh mana seorang konsumen menunjukkan perilaku pembelian berulang dari suatu penyedia jasa, memiliki suatu disposisi atau kecenderungan sikap positif terhadap penyedia jasa, dan hanya mempertimbangkan untuk menggunakan penyedia jasa ini pada saat muncul kebutuhan untuk memakai jasa ini. Menurut Oliver (Taylor, Celuch, dan Goodwin, 1999:218)

IX. Metodologi Penelitian

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dibangun berlandaskan paradigma positivisme dari August Comte (1798-1857). Pendekatan kuantitatif merupakan satu pendekatan penelitian yang dibangun berdasarkan pada filsafat positivisme. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dkk.2011).

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*Path Analysis*) yang dilakukan untuk mengetahui hubungan langsung maupun tidak langsung, salah satunya melalui *variable intervening*. Path analysis dapat dimanfaatkan oleh semua pihak yang ingin mengetahui hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen. Adapun yang dimaksud dengan variabel eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model, sedangkan variabel endogen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain di dalam model. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dkk.2011)

B. Tahapan Penelitian

1. Teknik Sampling

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi target adalah Mahasiswa Semester 3 (tiga), 5 (lima), dan 7 (tujuh) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Propinsi Lampung Tahun Akademik 2020/2021 yaitu 2.233 orang mahasiswa dan populasi terjangkaunya adalah 806 orang mahasiswa

2. Tahapan

Purposive sampling atau judgmental sampling adalah teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dkk. 2011). Dalam hal ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Propinsi Lampung, memiliki lima program studi (Ekonomi Syari'ah, S1 Perbankan Syari'ah, D3 Perbankan Syari'ah, Manajemen Haji dan Umrah, Akuntansi Syari'ah). Dengan demikian sampel akan diambil tiap-tiap program studi secara proporsional pada tiap-tiap program studi.

C. Definisi Operasional

Variabel adalah karakteristik yang akan diobservasi dari satuan pengamatan. Karakteristik yang dimiliki satuan pengamatan keadaannya berbeda-beda atau memiliki gejala yang bervariasi dari satu satuan pengamatan ke satu satuan pengamatan lainnya, atau untuk satuan pengamatan yang sama, karakteristiknya berubah menurut waktu dan tempat. Sedangkan objek yang karakteristiknya sedang kita amati dinamakan satuan pengamatan. Dengan demikian satuan pengamatan dikatakan sebagai variabel apabila memiliki karakteristik yang berbeda-beda. (Maman Abdurahman, Sambas Ali Muhidin, dkk.2011).

1. Pelayanan Akademik

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual pelayanan akademik adalah yang berhubungan dengan tanggung jawab dari akademisi, dan memperhatikan berbagai pemenuhan kebutuhan layanan seperti memiliki sikap positif, baik keterampilan komunikasi,

memungkinkan konsultasi yang cukup, dan mampu memberikan umpan balik reguler untuk mahasiswa.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional pelayanan akademik adalah sebuah tanggung jawab dari akademi, untuk memperhatikan pemenuhan kebutuhan layanan seperti memiliki sikap positif, baik keterampilan komunikasi, memungkinkan konsultasi yang cukup, dan mampu memberikan umpan balik reguler untuk mahasiswa, diukur menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

2. Pelayanan Non-Akademik

a. Definisi Konseptual

Definisi Konseptual pelayanan non akademik adalah pelayanan kepada mahasiswa tentang fasilitas fisik, jasa ekstrakurikuler meliputi pengembangan minat dan bakat, pembinaan soft skill.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional Pelayanan non-akademik adalah pelayanan kepada mahasiswa tentang fasilitas fisik, jasa ekstrakurikuler meliputi pengembangan minat dan bakat, pembinaan soft skill, diukur menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Kepuasan

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual Kepuasan adalah respon atau tanggapan mengenai pemenuhan kebutuhan, perasaan puas, perasaan senang maupun kecewa yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional Kepuasan adalah respon atau tanggapan mengenai pemenuhan kebutuhan, perasaan puas, perasaan senang maupun kecewa yang dimiliki seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya, diukur menggunakan skala Likert dan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

4. Loyalitas

a. Definisi Konseptual

Definisi konseptual Loyalitas adalah pelanggan yang bersikap positif, mendukung, meningkatkan kesetiaan, membangun keterikatan emosional kepada penyedia jasa.

b. Definisi Operasional

Definisi operasional loyalitas adalah pelanggan yang bersikap positif, mendukung, meningkatkan kesetiaan, membangun keterikatan emosional kepada penyedia jasa, diukur menggunakan skala likert dan diberikan kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

5. Teknis Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas menggunakan program SPSS 25 for Windows yang diukur dengan cara membandingkan nilai Sig. (2-tailed) dengan nilai Alpha (0,05) pada *total correlation*. Apabila nilai Alpha (0,05) < nilai Sig. (2-tailed), maka item pertanyaan dapat dikatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur itu dapat diandalkan/dapat dipercaya. Adapun hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 21. Hasil uji Reliabilitas

Nomor Item	Jumlah Item	Chronbach's Alpha	Interpretasi
X ₁	14	0,952	Reliabel
X ₂	17		
Y ₁	15		
Y ₂	14		

Sumber : Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 20. Dapat diketahui bahwa dari pengujian reliabilitas didapatkan hasil uji Cronbach's Alpha sebesar 0,952, dimana nilai minimum Cronbach's Alpha sebesar 0,600. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian sangat reliabel untuk digunakan dalam mengumpulkan data lapangan.

3. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model yang paling baik adalah jika data berdistribusi normal atau mendekati normal. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sebaliknya jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Untuk uji normalitas dalam penelitian ini digunakan uji one sample Kormogorov Smirnov dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Kaidah yang digunakan adalah apabila nilai $p > 0.05$, maka disimpulkan bahwa subjek penelitian memiliki sebaran normal, sedangkan apabila nilai $p < 0.05$ maka disimpulkan bahwa subjek penelitian tidak memiliki sebaran normal. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang hasilnya dapat dilihat dalam Tabel 21. berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Normalitas Persamaan Substruktur Pertama dan Kedua.

Output SPSS		Nilai
Variabel	X ₁ X ₂ Y ₁	
N		319
Normal Parameters	Mean	0,000000 0
	Std. Deviation	0,378338 44
Most Extreme Differences	Absolute	0,030
	Positive	0,020
	Negative	-0,030
Test Statistic		0,30
Asymp. Sig (2-tailed)		0,200
Variabel	X ₁ X ₂ Y ₂	
N		319

Normal Parameters	Mean	0,000000 0
	Std. Deviation	0,436917 16
Most Extreme Differences	Absolute	0,034
	Positive	0,029
	Negative	-0,034
Test Statistic		0,34
Asymp. Sig (2-tailed)		0,200

Sumber: Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 21. dapat dilihat hasil pengujian One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, dimana diperoleh hasil bahwa data berdistribusi normal pada sub struktur satu 0,200 (asyp.sig) > 0,05. Artinya data pada substruktur satu yang dipergunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan untuk substruktur dua nilainya adalah 0,200 > 0,05 sehingga memenuhi asumsi normalitas juga.

b. Uji Homogenitas

Uji Homogenitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi Rank Spearman, dimana residual dari masing-masing substruktur akan diuji. Pengujian Korelasi Rank Spearman dapat dilihat pada Tabel 22. berikut ini:

Tabel 23. Hasil Uji Homogenitas Persamaan Substruktur Pertama Dan Kedua Korelasi Spearman.

Variabel	Output SPSS	Nilai
X ₁ Y ₁	Correlation Coefficient	0,026
	Sig. (2-tailed)	0,648
	N	319
X ₂ Y ₁	Correlation Coefficient	0,003
	Sig. (2-tailed)	0,956

	N	319
X ₁ Y ₂	Correlation Coefficient	0,001
	Sig. (2-tailed)	0,981
	N	319
X ₂ Y ₂	Correlation Coefficient	-0,033
	Sig. (2-tailed)	0,562
	N	319

Sumber : Hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 25

Berdasarkan Tabel 22 untuk persamaan substruktur satu dan dua tidak ada nilai Sig. (2-tailed) yang lebih kecil dari nilai Alpha (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan substruktur satu dan dua bebas dari masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya hubungan yang kuat antara variabel independent (bebas), yaitu X₁ dan X₂. Pengambilan keputusan ada atau tidaknya masalah multikolinearitas dilihat dari nilai VIF yang harus lebih kecil dari 10,000. Pengujian Multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 23.

Tabel 24. Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan Substruktur Pertama Dan Kedua Korelasi Spearman.

Persamaan	Output SPSS	Nilai
X ₁ X ₂ Y ₁	VIF	1,442
X ₁ X ₂ Y ₂	VIF	1,442

Berdasarkan Tabel 23 untuk persamaan substruktur satu dan dua tidak ada nilai VIF yang lebih kecil dari 10,000, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan substruktur satu dan dua bebas dari masalah multikolinearitas.

d. Analisis Jalur (Path Analysis)

Pengujian Hipotesis Penelitian

H1: Pelayanan Akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Jika nilai sig < 0.05 maka hipotesis diterima dan jika nilai sig > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil Analisis jalur struktural 1 diperoleh nilai sig 0,00 < 0.05 maka hipotesis diterima, artinya pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

H2: Pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Jika nilai sig < 0.05 maka hipotesis diterima dan jika nilai sig > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil Analisis jalur struktural 1 diperoleh nilai sig 0,00 < 0.05 maka hipotesis diterima, artinya pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

H3: Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Jika nilai sig < 0.05 maka hipotesis diterima dan jika nilai sig > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil Analisis jalur struktural 2 diperoleh nilai sig 0,001 < 0.05 maka hipotesis diterima, artinya pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

H4: Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan

terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Jika nilai sig < 0.05 maka hipotesis diterima dan jika nilai sig > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil Analisis jalur struktural 2 diperoleh nilai tidak sig 0,420 < 0.05 maka hipotesis ditolak, artinya pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

H5: Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hipotesis pertama menyatakan bahwa kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Jika nilai sig < 0.05 maka hipotesis diterima dan jika nilai sig > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berdasarkan hasil Analisis jalur struktural 2 diperoleh nilai sig 0,000 < 0.05 maka hipotesis diterima, artinya kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Pengaruh Tidak Langsung Pelayanan Akademik Mahasiswa Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui Kepuasan Mahasiswa.

Berdasarkan Gambar 6. Pengaruh langsung yang diberikan pelayanan akademik mahasiswa terhadap loyalitas sebesar 0,227. Sedangkan pengaruh tidak langsung akademik mahasiswa melalui kepuasan terhadap loyalitas adalah perkalian nilai gamma akademik mahasiswa terhadap kepuasan dengan nilai beta kepuasan dan loyalitas, yaitu: $0,522 \times 0,375 = 0,196$. Kemudian, membandingkan nilai pengaruh tidak langsung dengan pengaruh langsung. Apabila nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka hasilnya signifikan. Dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa hasilnya secara tidak langsung pelayanan akademik mahasiswa melalui kepuasan

mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa ($0,196 < 0,227$).

Pelayanan Non Akademik Mahasiswa Terhadap Loyalitas Mahasiswa Melalui Kepuasan Mahasiswa.

Berdasarkan Gambar 6. Pengaruh langsung yang diberikan pelayanan non akademik mahasiswa terhadap loyalitas sebesar (-0,49). Sedangkan pengaruh tidak langsung non akademik mahasiswa melalui kepuasan terhadap loyalitas adalah perkalian nilai beta akademik mahasiswa terhadap kepuasan dengan nilai beta kepuasan dan loyalitas, yaitu: $0,262 \times 0,375 = 0,098$. Kemudian, membandingkan nilai pengaruh tidak langsung dengan pengaruh langsung. Apabila nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung, maka hasilnya signifikan. Dari hasil perhitungan dapat disimpulkan bahwa hasilnya secara tidak langsung pelayanan non akademik mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa ($0,098 > -0,49$).

e. Pembahasan Pengaruh Langsung (*direct effect*).

1. Pelayanan Akademik terhadap kepuasan mahasiswa
Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitti Masyita 2020. menyatakan bahwa kualitas pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan akademik yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa.

Hal yang dapat menyebabkan Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung adalah memiliki sikap positif yaitu dosen memberikan penjelasan atas pertanyaan mahasiswa dalam perkuliahan, memiliki keterampilan komunikasi yaitu dosen menyarankan, mengingatkan tujuan dan batas-batas tugas, masalah pokok perkuliahan, menjelaskan konsep dahulu baru uraian

secara rinci yang dibahas dalam perkuliahan, Memberikan waktu konsultasi yang cukup yaitu Dalam penyusunan kartu rencana study, konsultasi proposal/skripsi memberikan arahan dan waktu yang cukup, Memberikan umpan balik regular yaitu Dosen menegur mahasiswa yang tidak aktif kuliah, berpakaian rapih, menyampaikan tugas dalam perkuliahan, Dosen dalam penyampaian nilai matakuliah yang diampuh tepat waktu, maka secara nyata akan meningkatkan kepuasan mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

2. Pelayanan non-akademik terhadap kepuasan mahasiswa

Pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharsono W.W. Nursati, E, Hutabarat J. 2015. menyatakan bahwa pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan non-akademik yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan mahasiswa.

Pelayanan nonakademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung dimana dalam menyediakan Fasilitas fisik yaitu pemeliharaan/perbaikan peralatan pendukung pembelajaran dilakukan secara berkala, kecepatan akses internet di ruang belajar terbuka, ketersediaan fasilitas kamar kecil, tempat ibadah, sarana parkir, sarana perpustakaan, fasilitas laboratorium, sarana pembelajaran dan keamanan lingkungan kampus bagi mahasiswa, Minat dan bakat seperti Pendidikan dan pendampingan, peningkatan kompetensi dan mengikutsertakan mahasiswa dalam minat bakat mahasiswa di tingkat nasional, *Soft Skill* yaitu sikap manajemen dan staf administrasi dalam memberikan pelayanan terhadap kebutuhan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik pelayanan nonakademik yang diberikan kepada mahasiswa, maka secara nyata akan meningkatkan kepuasan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

3. Pelayanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa

Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Semakin baik pelayanan akademik yang diberikan kepada mahasiswa, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal yang dapat menyebabkan Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung, Dosen memiliki sikap positif yaitu dosen memberikan penjelasan atas pertanyaan mahasiswa dalam perkuliahan, memiliki keterampilan komunikasi yaitu dosen menyarankan, mengingatkan tujuan dan batas-batas tugas, masalah pokok perkuliahan, menjelaskan konsep dahulu baru uraian secara rinci yang dibahas dalam perkuliahan, Memberikan waktu konsultasi yang cukup yaitu Dalam penyusunan kartu rencana study, konsultasi proposal/skripsi memberikan arahan dan waktu yang cukup, Memberikan umpan balik regular yaitu Dosen menegur mahasiswa yang tidak aktif kuliah, berpakaian rapih, menyampaikan tugas dalam perkuliahan, Dosen dalam penyampaian nilai matakuliah yang diampuh tepat waktu, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho N.E. 2020. Menyatakan bahwa peningkatan loyalitas mahasiswa yang dipengaruhi oleh peran kualitas layanan akademik akibat tingginya kepuasan mahasiswa.

4. Pelayanan non-akademik terhadap loyalitas mahasiswa

Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Pelayanan nonakademik Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan kepada mahasiswa tentang fasilitas fisik, yaitu pemeliharaan/perbaikan peralatan pendukung pembelajaran dilakukan secara berkala, kecepatan akses

internet di ruang belajar terbuka, ketersediaan fasilitas kamar kecil, tempat ibadah, sarana parkir, sarana perpustakaan, fasilitas laboratorium, sarana pembelajaran dan keamanan lingkungan kampus bagi mahasiswa, Minat dan bakat seperti Pendidikan dan pendampingan, peningkatan kompetensi dan mengikutsertakan mahasiswa dalam minat bakat mahasiswa di tingkat nasional, *Soft Skill* yaitu sikap manajemen dan staf administrasi dalam memberikan pelayanan terhadap kebutuhan mahasiswa, tidak mempengaruhi loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Hal ini diakibatkan masih terdapat sarana prasarana, sarana pendukung pembelajaran, Ekstrakurikuler yang diberikan dalam pelayanan belum memenuhi sesuai dengan yang diharapkan. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak institusi, serta untuk tetap menjadi konsumen dari institusi tersebut. Loyalitas merupakan sikap positif atas institusi itu. (Ximenes N.A.B.2017).

5. Kepuasan mahasiswa terhadap loyalitas mahasiswa.

Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepuasan mahasiswa, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

Kepuasan pelanggan dapat dijadikan modal kemampuan bersaing dalam dunia pemasaran, tidak terkecuali sebuah lembaga pendidikan tinggi atau universitas. Mereka harus mempunyai konsep mengutamakan kepuasan mahasiswa dengan melihat kesenjangan antara layanan jasa yang diberikan dengan layanan jasa yang diperoleh oleh mahasiswa. (Awaludin Ahmad, Ulin Nikmah:2017).

Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect effect*).

Pengaruh tidak langsung variabel independent terhadap variabel dependen dalam penelitian tersebut terdiri dari:

6. Pengaruh Pelayanan Akademik terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur pada persamaan jalur pertama dan persamaan jalur kedua menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan akademik terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, di dapat hasil analisis ternyata pengaruh langsung jauh lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Jika melihat pengaruh dari Pelayanan akademik terhadap kepuasan Mahasiswa menunjukkan hasil yang signifikan, akan tetapi jika terhadap loyalitas memiliki pengaruh tidak signifikan. Hal ini menunjukkan pelayanan akademik tidak mempengaruhi loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa itu sendiri. Akan tetapi pelayanan akademik mahasiswa yang diberikan oleh Lembaga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempengaruhi loyalitas mahasiswa.

7. Pengaruh Pelayanan Nonakademik terhadap Loyalitas Mahasiswa melalui Kepuasan Mahasiswa.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien jalur pada persamaan jalur pertama dan persamaan jalur kedua menunjukkan bahwa pengaruh pelayanan nonakademik terhadap loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa, di dapat hasil analisis ternyata pengaruh langsung lebih kecil jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan akademik akan langsung mempengaruhi loyalitas mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung tanpa harus terlebih dahulu mempengaruhi kepuasan untuk mempengaruhi loyalitas mahasiswa tersebut.

f. Kesimpulan

Berdasarkan penjabaran pada bab sebelumnya mengenai pelayanan Akademik, nonakademik dan kepuasan terhadap loyalitas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pelayanan Akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif yaitu dosen memberikan penjelasan atas

pertanyaan mahasiswa dalam perkuliahan, memiliki keterampilan komunikasi yaitu dosen menyarankan, mengingatkan tujuan dan batas-batas tugas, masalah pokok perkuliahan, menjelaskan konsep dahulu baru uraian secara rinci yang dibahas dalam perkuliahan, Memberikan waktu konsultasi yang cukup yaitu Dalam penyusunan kartu rencana study, konsultasi proposal/skripsi memberikan arahan dan waktu yang cukup, Memberikan umpan balik regular yaitu Dosen menegur mahasiswa yang tidak aktif kuliah, berpakaian rapih, menyampaikan tugas dalam perkuliahan, Dosen dalam penyampaian nilai matakuliah yang diampuh tepat waktu, dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung, dalam memberikan pelayanan akademik yang baik terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

2. Pelayanan non-akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung, bahwa dengan kemampuan Lembaga Fakultas dalam menyediakan Fasilitas fisik yaitu pemeliharaan/perbaikan peralatan pendukung pembelajaran dilakukan secara berkala, kecepatan akses internet di ruang belajar terbuka, ketersediaan fasilitas kamar kecil, tempat ibadah, sarana parkir, sarana perpustakaan, fasilitas laboratorium, sarana pembelajaran dan keamanan lingkungan kampus bagi mahasiswa, Minat dan bakat seperti Pendidikan dan pendampingan, peningkatan kompetensi dan mengikutsertakan mahasiswa dalam minat bakat mahasiswa di tingkat nasional, *Soft Skill* yaitu sikap manajemen dan staf administrasi dalam memberikan pelayanan terhadap kebutuhan mahasiswa, dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung, dalam memberikan pelayanan nonakademik yang baik terhadap mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

3. Pelayanan akademik berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Dengan Semakin baik pelayanan akademik yang diberikan kepada mahasiswa, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas

mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini didukung oleh Dosen memiliki sikap positif yaitu dosen memberikan penjelasan atas pertanyaan mahasiswa dalam perkuliahan, memiliki keterampilan komunikasi yaitu dosen menyarankan, mengingatkan tujuan dan batas-batas tugas, masalah pokok perkuliahan, menjelaskan konsep dahulu baru uraian secara rinci yang dibahas dalam perkuliahan, Memberikan waktu konsultasi yang cukup yaitu Dalam penyusunan kartu rencana study, konsultasi proposal/skripsi memberikan arahan dan waktu yang cukup, Memberikan umpan balik regular yaitu Dosen menegur mahasiswa yang tidak aktif kuliah, berpakaian rapih, menyampaikan tugas dalam perkuliahan, Dosen dalam penyampaian nilai matakuliah yang diampuh tepat waktu, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

4. Pelayanan non-akademik tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan kepada mahasiswa tentang fasilitas fisik, yaitu pemeliharaan/perbaikan peralatan pendukung pembelajaran dilakukan secara berkala, kecepatan akses internet di ruang belajar terbuka, ketersediaan fasilitas kamar kecil, tempat ibadah, sarana parkir, sarana perpustakaan, fasilitas laboratorium, sarana pembelajaran dan keamanan lingkungan kampus bagi mahasiswa, Minat dan bakat seperti Pendidikan dan pendampingan, peningkatan kompetensi dan mengikutsertakan mahasiswa dalam minat bakat mahasiswa di tingkat nasional, *Soft Skill* yaitu sikap manajemen dan staf administrasi dalam memberikan pelayanan terhadap kebutuhan mahasiswa, tidak mempengaruhi loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini diakibatkan masih terdapat sarana prasarana, sarana pendukung pembelajaran, Ekstrakurikuler yang diberikan dalam pelayanan belum memenuhi sesuai dengan yang diharapkan oleh mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

5. Kepuasan mahasiswa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas

Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kepuasan mahasiswa, maka secara nyata akan meningkatkan loyalitas mahasiswa aktif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung.

6. Pengaruh tidak langsung Pelayanan akademik mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Hal ini disebabkan pengaruh langsung jauh lebih besar jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Jika melihat pengaruh dari Pelayanan akademik terhadap kepuasan Mahasiswa menunjukkan hasil yang signifikan, akan tetapi jika terhadap loyalitas memiliki pengaruh tidak signifikan. Hal ini menunjukkan pelayanan akademik tidak mempengaruhi loyalitas mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa itu sendiri. Akan tetapi pelayanan akademik mahasiswa yang diberikan oleh Lembaga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mempengaruhi loyalitas mahasiswa.

7. Pengaruh tidak langsung Pelayanan non akademik mahasiswa melalui kepuasan mahasiswa mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas mahasiswa. Dengan melihat hasil analisis pengaruh langsung lebih kecil jika dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan akademik akan langsung mempengaruhi loyalitas mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro Lampung tanpa harus terlebih dahulu mempengaruhi kepuasan untuk mempengaruhi loyalitas mahasiswa tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Artikel : Made Astika.2014. Pentingnya Pendidikan Bagi Semua Orang. Dinas Pendidikan Pemuda dan Olah Raga. <https://disdikpora.bulelengkab.go.id/artikel/pentingnya-pendidikan-bagi-semua-orang-25>
- Binti Nasukah.2014. Analisis Kepuasan Mahasiswa Atas Kualitas Pelayanan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (Studi Kasus di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang). Tesis Program Magister Manajemen Pendidikan Islam Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. H.3-4.
- Rinala I.N, Yudana I.M, Natajaya I.N. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali. e-Jurnal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Ganesha Program Studi Administrasi Pendidikan 4.
- Awaludin Ahmad, Ulin Nikmah, 2017. Pengaruh Higher Education Performance (Hedperf) Terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Sains Al – Qur'an (Unsiq) Jawa Tengah Di Wonosobo. Jurnal PPKM III h.246–253, <file:///C:/Users/hp/Downloads/429-Article%20Text-569-1-10-20181122.pdf>
- Ximenes N.A.B 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa Pada Institute Of Business (IOB) di Timor Leste. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 6.(8) h.2923.
- Sistem Akademik IAIN Metro. 2020. sismik.metrouniv.ac.id. data diolah.
- Susanto H. 2014. Pengaruh Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Terbuka Pada Unit Program Belajar Jarak Jauh (UPBJJ) Mataram. Jurnal Pendidikan terbuka dan jarak jauh. 15(2) h.88-98.
- Sugi Rahayu.2007. Ekspektasi Mahasiswa terhadap Pelayanan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Jurnal Penelitian Informasi. Jurnal Socio IV. <http://staffnew.uny.ac.id/upload/130685299/penelitian/Informasi06.doc>
- Melinda Mechur Karp. 2011. Menuju Pemahaman Baru tentang Dukungan Mahasiswa Non-Akademik: Empat Mekanisme Mendorong Hasil Positif Mahasiswa Komunitas Para Pelajar. CCRC. Community College Research Center. Teachers College, Columbia University. Pebruari.(28) [ED516148 \(2\).pdf](http://www.ccrccolumbia.org/wp-content/uploads/2011/02/ED516148_2.pdf).

Sitti Masyita.2020. Kepuasan Mahasiswa ditinjau dari kualitas Pelayanan Akademik dan Non Akademik. Jurnal Brand. 2(1). h. 89-98.
<http://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>

Suharto, 2017. Mediasi Kualitas Pelayanan Atas Kemampuan Manajerial Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Baitul Mall Tanwil Di Lampung Timur Jurnal Derivative Universitas Muhammadiyah Metro Lampung.11(1) h.65. [mediasi kualitas pelayanan pak harto.pdf](#)

Dharsono W.W, Nursati E, Hutabarat J. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik Non-Akademik Citra Lembaga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi Kasus di Universitas Satya Wiyata Mandala Nabire). Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri 1(2) h. 28-35.

Sitti Masyita.2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Non Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Manajemen STIEM Bongaya. Jurnal Brand, 2(1).
<https://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>.

Mulyawan A. Rinawati. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Serta Implikasinya pada Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer di Kota Bandung. Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship. 10.(2) h.119-131.

Nugroho N.E. 2020. Peningkatan Loyalitas Mahasiswa Yang Dipengaruhi Oleh Kualitas Pelayanan Akademik dan Kepuasan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 dan D3 STIESIA Surabaya). Jurnal Sosial Humaniora (JSH) 13(1).
<https://www.researchgate.net/publication/343649166>