























Kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian dari pengalaman layanan secara keseluruhan (proses dan hasil). Ini adalah afektif (emosi) keadaan reaksi perasaan di mana kebutuhan, keinginan dan harapan selama pengalaman layanan konsumen telah terpenuhi atau terlampaui (Hunt, 1977).

Kepuasan adalah penilaian evaluasi pasca pilihan tentang keputusan pembelian tertentu, dengan kata lain dapat didekati dengan persamaan : kepuasan = persepsi kinerja - harapan (Oliver dan Richard, 1980). Kepuasan adalah ringkasan, afektif dan respon intensitas variabel berpusat pada spesifik aspek akuisisi dan / atau konsumsi dan yang berlangsung pada saat yang tepat ketika individu mengevaluasi tujuan (Giese dan Cote, 2000).

Sebuah istilah "kepuasan mahasiswa" dapat dijelaskan banyak cara. Kaldenberg et al. (1998) membahas dan menemukan bahwa di perguruan tinggi, kepuasan mahasiswa didorong oleh mengevaluasi kualitas kursus dan kegiatan kurikulum lain dan faktor-faktor lain yang terkait dengan universitas. Dosen harus memperlakukan siswa dengan sensitivitas dan simpati, dan bantuan harus diberikan bila diperlukan. Bahkan mendengarkan sederhana dihargai.

Grossman (1999) membahas bahwa siswa bisa diperlakukan seperti pelanggan atau klien dalam perguruan tinggi dan dalam hal itu, perguruan tinggi melayani siswa pada prioritas yang lebih baik untuk memenuhi harapan dan kebutuhan mereka.

Meskipun memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan bukanlah konsep lembaga bisnis yang baru, orientasi pelanggan telah berada dibawah tekanan di universitas dibandingkan dengan organisasi yang berorientasi profit.

Siswa adalah "pelanggan" dari universitas. (Huang, 2009). Elliot dan Healy (2001) mengusulkan kepuasan mahasiswa adalah sikap jangka pendek, berasal dari penilaian pelayanan pendidikan yang diterima.

Waugh (2002) mengemukakan bahwa melihat mahasiswa sebagai pelanggan menciptakan ketegangan di perguruan tinggi tampaknya terlalu selaras dengan bisnis. Seymour (1993) mengembangkan kepuasan siswa harus menjadi tujuan utama yang perguruan tinggi. Mengembangkan kepuasan pelanggan (siswa) pada tingkat perguruan tinggi sangat penting . jika ini tercapai, maka akan mempermudah tujuan strategis universitas dengan lebih efektif .

### 2.3 Hubungan Antara Variabel

Ada beberapa studi yang dilakukan di masa lalu yang menunjukkan bahwa berbagai kualitas pelayanan pendidikan yang lebih tinggi menyebabkan kepuasan mahasiswa. Abdullah dalam Kayastha (2011) menunjukkan aspek *non-academic aspects*, *academic aspects*, *program issues*, *access* dan *reputation* penentu kualitas pelayanan dalam pendidikan tinggi.

Manajemen mutu sangat penting sebagai pengukuran standar kinerja baik produk dan layanan. Dari sudut pandang pelanggan, kualitas pelayanan adalah Kesimpulan konsumen tentang suatu entitas keseluruhan keunggulan (Zeithaml dan Bitner, 2003).

Industri pendidikan tinggi bergantung dasarnya pada manajemen mutu untuk tetap kompetitif (Yeo, 2009). setiap *stakeholder* yang dalam pendidikan tinggi (misalnya mahasiswa dan Pemerintah) memiliki pandangan mereka sendiri

terhadap kualitas tergantung pada kebutuhan khusus mereka (Voss *et al.*, 2007).

O'Neil dan Palmer (2004) mendefinisikan kualitas layanan pendidikan tinggi sebagai ketimpangan antara ekspektasi siswa dibandingkan penyampaian persepsi.

Voss *et al.* dalam Ho dan Foon (2012) mengatakan meskipun ada berbagai definisi kualitas pelayanan dari perspektif pendidikan, yang paling penting aspek definisi ini adalah kesepakatan bersama, di sebagian besar literatur, bahwa mempertimbangkan siswa di lembaga pendidikan tinggi sebagai "Pelanggan utama" yang menyediakan sumber informasi yang berharga untuk perguruan tinggi. Oleh karena itu, memahami kualitas persepsi mahasiswa yang dirasakan pemahaman adalah prioritas penting bagi universitas dan mereka manajemen.

### **2.3.1 Hubungan antara *Non-academic aspects* dengan *Student Satisfaction***

Abdullah dalam Kayastha (2011) mendefinisikan *non-academic aspects* adalah aspek-aspek yang berhubungan dengan tanggung jawab yang dilaksanakan oleh staf non-akademik. Penulis juga mengatakan bahwa staf non akademik merupakan faktor penting dari kualitas layanan, mereka merupakan penentu yang tak tergantikan dari kepuasan mahasiswa.

*Non-academic aspects* berisi variabel yang penting untuk memungkinkan siswa memenuhi kewajiban studi mereka dan berkaitan dengan tugas dan tanggung jawab dilakukan oleh staf non-akademik. Dengan kata lain, itu berkaitan dengan kemampuan dan kesediaan staf administrasi atau dukungan

untuk menunjukkan rasa hormat, memberikan perlakuan yang sama dan menjaga kerahasiaan informasi.

Selain itu, faktor ini menjelaskan pentingnya menjadi mudah didekati dan mudah diakses, memiliki sikap positif dan keterampilan komunikasi yang baik, sehingga cukup banyak kebebasan dan menyediakan layanan dalam kerangka waktu yang ditetapkan (Ravichandran et al., 2012).

Dalam penelitian Kayastha (2011), menemukan adanya pengaruh yang positif dan sangat signifikan dari *non-academic aspects* terhadap *student satisfaction* yaitu semakin meningkatnya kualitas dari *non-academic aspects* maka dapat meningkatkan *student satisfaction* di Thailand.

### **2.3.2 Hubungan antara *Academic aspects* dengan *Students Satisfaction***

Abdullah dalam Kayastha (2011) menyebutkan *academic aspects* merupakan aspek-aspek yang sepenuhnya menjadi tanggung jawab akademik (dosen/pengajar). Firdaus menegaskan bahwa aspek akademik adalah faktor penting dalam kualitas layanan. Bitner & Zeithaml (1996) telah membahas bahwa keterampilan komunikasi staf pengajar, interaksi yang efektif antara staf dan siswa dapat membantu siswa mencapai tujuan belajar, yang mengarah ke kepuasan mahasiswa yang lebih tinggi. Kuh dan Hu (2001) menyatakan bahwa interaksi yang efektif antara mahasiswa dan dosen adalah penentu yang kuat bagi kepuasan mahasiswa.

Ravichandran *et al.* (2012) mengatakan Faktor ini merupakan tanggung jawab akademik dan kunci yang penting seperti memiliki sikap positif, keterampilan komunikasi yang baik, memberikan konsultasi yang memadai, dan

mampu memberikan umpan balik secara teratur untuk siswa. itu juga berkaitan dengan kemampuan untuk memenuhi janji dan keinginan untuk memecahkan masalah dengan cara simpatik dan meyakinkan.

Novarro *et al.* (2005) mengamati mahasiswa Universitas Spanyol dan mengamati variabel kualitas pelayanan menjadi staf pengajar, metode pengajaran, dan administrasi kursus yang faktor kunci untuk mencapai kepuasan siswa dengan jangka pendek, program-program khusus. Delaney (2005) melaporkan bahwa staf akademik merupakan salah satu variabel dari kualitas pelayanan yang mengarah menuju kepuasan mahasiswa. Pada Penelitian Kayastha (2011) menunjukkan adanya pengaruh positif dan sangat signifikan antara *academic aspects* dan *student satisfaction* di Thailand.

### **2.3.5 Hubungan antara *Program issues* dengan *Student Satisfaction***

Abdullah dalam Kayastha (2011) mendefinisikan *program access* merupakan hal-hal yang terkait dengan fleksibilitas program, penawaran berbagai macam program/spesialisasi dan kualitas program. Firdaus juga menegaskan bahwa *program issues* berperan penting dalam menentukan kualitas layanan di perguruan tinggi. Kuh dan Hu (2001) menemukan bahwa *program issues* merupakan salah satu penentu dari kepuasan mahasiswa. Hal ini juga didukung dari hasil penelitian Kayastha yang memiliki pengaruh positif dan sangat signifikan terhadap *student satisfaction*.

Ford, Joseph dan Joseph dalam Huang (2009) juga menyertakan *program issues* dalam faktor-faktor penentu kualitas layanan ketika mereka

membandingkan persepsi kualitas layanan mahasiswa di Selandia baru dan Amerika.

#### **2.3.4 Hubungan antara *Reputation* dengan *Student Satisfaction***

Abdullah (2005) mengatakan reputasi merupakan keseluruhan persepsi organisasi, apa yang organisasi perjuangkan, dengan apa organisasi berkaitan, dan apa produk atau jasa organisasi seharusnya berikan.

Abdullah dalam Kayastha (2011) mendefinisikan *reputation* adalah faktor yang berisi hal-hal yang penting bagi perguruan tinggi dalam memproyeksikan citra profesional. Standiford dalam Kayastha (2011) mengatakan bahwa manajemen reputasi efektif dalam menarik mahasiswa baru dan daya ingat mahasiswa. Helgesen dan Nettet (2007) menunjukkan kepuasan mahasiswa memiliki hubungan positif dengan persepsi mahasiswa terhadap reputasi universitas.

Ravichandran *et al.* (2012) mengatakan Elemen penting lainnya yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa berpusat pada reputasi lembaga akademik, terutama kemampuannya untuk menawarkan bergengsi dan luas, derajat yang diakui secara lokal dan internasional dan memiliki staf akademik yang berpendidikan tinggi dan berpengalaman.

Kuh dan Hu dalam Huang (2009) juga menyatakan bahwa status dan martabat universitas merupakan sebuah indikator penting dalam kepuasan. Pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil penelitian Kayastha (2011) yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan sangat signifikan antara *reputation* dan *student satisfaction*.

### 2.3.5 Hubungan antara *Access* dengan *Student Satisfaction*

Abdullah dalam Kayastha (2011) mendefinisikan *access* adalah pendekatan, kemudahan berinteraksi, ketersediaan dan kenyamanan dari staf akademik dan non-akademik. Dalam penelitian Kayastha menyimpulkan *access* mempunyai hubungan yang positif dan signifikan terhadap kepuasan mahasiswa.

Dalam penelitian

Abdullah (2005) juga menyimpulkan bahwa *access* adalah salah satu penentu kualitas layanan yang paling penting dalam perguruan tinggi. Sementara banyak atribut kualitas pelayanan dapat mempengaruhi persepsi siswa pada batas tertentu, hasil juga menunjukkan bahwa *access*, yang berhubungan dengan aspek-aspek seperti sebagai kemudahan untuk didekati, kemudahan dihubungi, ketersediaan dan kenyamanan telah secara signifikan mempengaruhi persepsi kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam kata lain, persepsi siswa terhadap *access* menjadi lebih penting daripada dimensi lain dalam menentukan kualitas layanan yang mereka diterima. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus berkonsentrasi pada upaya mereka terhadap dimensi yang dianggap penting daripada berfokus energi mereka pada jumlah atribut yang berbeda, yang mereka anggap penting penentu kualitas layanan. Sedangkan gagasan untuk menyediakan layanan yang memadai pada semua dimensi mungkin tampak menarik bagi sebagian besar pemasar jasa layanan dan manajer, kegagalan untuk memprioritaskan atribut ini dapat mengakibatkan alokasi sumber daya yang efisiensi.

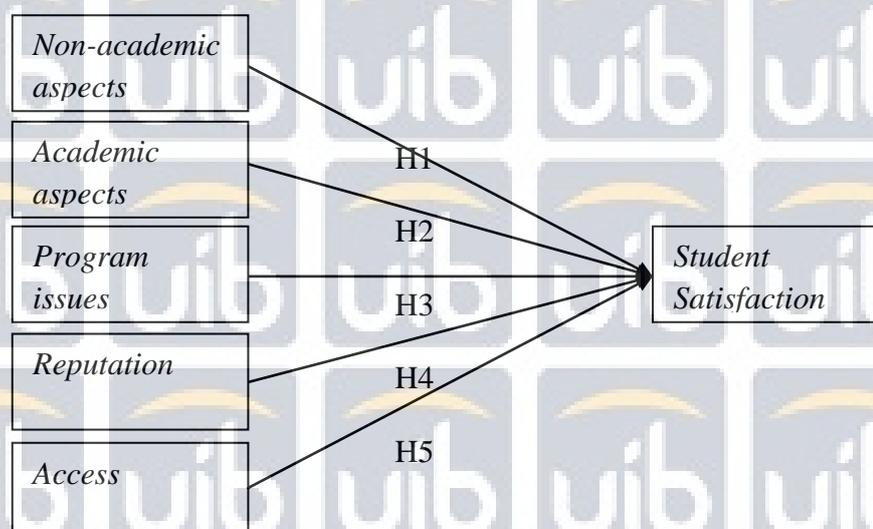
Hasil penelitian Huang (2009) mencerminkan terdapat hubungan positif yang kuat antara akses dan kepuasan mahasiswa mahasiswa di *Xiamen University of China*.

#### 2.4 Model Penelitian dan Perumusan Hipotesis

Model penelitian ini diambil dari model penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kayastha (2011) dengan judul penelitian “*A study of graduate student satisfaction towards service quality of University in Thailand*”. Penelitian ini tidak menggunakan 2 variabel independen *Design, delivery and assessment* dan *Group size* seperti dalam penelitian Kayastha dikarenakan penulis hanya ingin menguji dimensi pengukuran model *Higher Educational Performance (HedPERF)* yang dikemukakan oleh Firdaus (2005).

**Gambar 2.6**

Model pengaruh *Non-academic aspects, Academic aspects, Program issues reputation, Access* terhadap *Student Satisfaction*



Sumber : Abdullah (2005)

H1 : *Non-academic aspects* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap *Student Satisfaction*.

H2 : *Academic aspects* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap *Student Satisfaction*.

H3 : *Program issues* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap *Student Satisfaction*.

H4 : *Reputation* mempunyai hubungan pengaruh signifikan positif terhadap *Student Satisfaction*.

H5 : *Access* mempunyai hubungan pengaruh signifikan positif terhadap *Student Satisfaction*.