

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Perspektif Alumni Tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan STIPAP-Medan Terhadap Loyalitas Alumni Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di STIPAP (Sekolah Tinggi Ilmu Agribisnis Perkebunan) -Medan

Alumni's Perspective On The Influence Of Service Quality Of STIPAP-Medan, On Alumni's Loyalty With Satisfaction As Intervening Variable (A Case Study at STIPAP (Plantation Agribusiness Science College)-Medan)

Karen Tambunan¹, Paham Ginting², Prihatin Lumbanraja³

Email: samuel_tb@ymail.com

Magister Ilmu Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara

ABSTRACT

Education is a process of learning which involves campus actively in developing the students' potency in having religious spiritual power, self-control, personality, intelligence, morality, and skill needed by them and society. Therefore, each higher education needs to recognize its service quality to the students by using the five dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. The research used descriptive explanatory method. The data were gathered by using questionnaires. The population was 1,298 alumni of the Department of BDP (Plantation Crop Culture) of STIPA, Medan, and 93 of them were used as the samples. The data were analyzed by using SPSS 22 software program. The result of the research showed that responsiveness had direct, positive, and significant influence on alumni's satisfaction, assurance had direct, positive, and significant influence on alumni's satisfaction, and empathy had direct, positive, and significant influence on alumni's satisfaction at STIPAP, Medan. Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empathy, and alumni's satisfaction simultaneously had positive and significant influence on alumni's satisfaction at STIPAP, Medan. Tangibles had direct, positive, and significant influence on alumni's loyalty, alumni's satisfaction had direct, positive, and significant influence on alumni's loyalty, responsiveness had indirect, positive, and significant influence on alumni's loyalty through alumni's satisfaction as intervening variable, assurance had indirect, positive, and significant influence on alumni's loyalty through alumni's satisfaction as intervening variable, and empathy had indirect, positive, and significant influence on alumni's loyalty through alumni's satisfaction as intervening variable at STIPAP, Medan.

Keyword : Service Quality; Students' Satisfaction; Alumni's Loyalty

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Akbar dan Parvez (2009) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa Customers' perceived service quality has a positive effect on customer loyalty. Kualitas layanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas. Sama halnya dengan kepuasan mahasiswa ditentukan oleh kualitas layanan kampus yang dikehendaki, sehingga jaminan kualitas menjadi tujuan utama bagi setiap perguruan tinggi. Ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat dalam kepuasan mahasiswa terhadap layanan yaitu harapan mahasiswa terhadap kualitas layanan (*expected*

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

quality) dan persepsi mahasiswa terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Pelanggan selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan (Parasuraman et al., 1998).

Untuk mengetahui perspektif alumni STIPAP Medan tentang kualitas layanan kampus selama mengikuti perkuliahan sampai lulus dari kampus, penulis menyebarkan kuesioner melalui media internet seperti media sosial, email, Whatsapp, dan BBM

Tabel 1 Pernyataan Loyalitas Alumni

No	Pernyataan Responden	Jawaban Responden			Total
		S	KS	TS	
1	Merekomendasikan kepada saudara/teman untuk kuliah di STIPAP	83,3% (15)	11.1% (2)	5.6% (1)	100% (18)

Sumber: Hasil pra survei penelitian, 2016 (diolah)

Sebagian besar alumni (83,3%) menyatakan bersedia merekomendasikan STIPAP kepada saudara dan temannya. Hal ini mungkin disebabkan karena banyaknya peluang lowongan pekerjaan di perkebunan swasta nasional dan perkebunan badan usaha milik negara (BUMN) setiap tahunnya dan lulusan STIPAP berpeluang besar dapat bersaing dengan perguruan tinggi lainnya. Respon alumni terhadap penilaian kualitas layanan STIPAP menunjukkan angka yang cukup mengejutkan. Sebanyak 83,3% alumni merespon positif ruang belajar yang disediakan STIPAP. Namun, sebagian alumni (16,7%) merespon negatif pernyataan ini. Bahkan respon alumni terhadap kelengkapan peralatan laboratorium hanya 50% yang merespon positif sedangkan 50% lagi kurang setuju. Pada Tabel di bawah dapat dilihat Kampus memfasilitasi mahasiswa seperti yang dijanjikan hanya 55,6% direspon positif dan selebihnya sebanyak 44,4% merespon negatif. Akan tetapi, 72,7% alumni setuju dengan kampus dapat diandalkan dalam menangani masalah mahasiswa. Respon alumni terhadap STIPAP memberikan perhatian individual kepada mahasiswa sebanyak 44,4% kurang setuju dan 5,6% tidak setuju. Artinya 50% alumni merasa kecewa terhadap perhatian yang diberikan kampus kepada mahasiswa. Disamping itu, alumni (55,6%) juga meragukan kampus STIPAP sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan mahasiswa. Begitu juga alumni hanya 33,3% yang setuju dengan pernyataan kampus STIPAP selalu menginformasikan kepada saya tentang informasi terbaru yang saya butuhkan, sedangkan sisanya merasa kurang setuju dan tidak setuju (11,1%) dengan pernyataan tersebut. Dengan demikian, respon alumni terhadap kualitas layanan STIPAP cenderung negatif. Respon pernyataan sebagian besar alumni merekomendasikan kepada saudara atau teman untuk kuliah di STIPAP Medan. Padahal alumni memberikan respon yang cenderung negatif dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak manajemen. Hal ini menunjukkan fenomena yang menarik untuk diteliti. Dengan demikian peneliti mengangkat judul penelitian ini tentang “Perspektif Alumni Tentang Pengaruh Kualitas Layanan STIPAP Medan Terhadap Loyalitas Alumni Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka masalah yang akan dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), assurance (jaminan), responsiveness (daya tanggap), dan empathy (empati) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

- intervening?
2. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas alumni STIPAP Medan?
 3. Apakah tangibles (bukti fisik) dapat meningkatkan loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
 4. Apakah reliability (keandalan) dapat meningkatkan loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
 5. Apakah assurance (jaminan) dapat meningkatkan loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
 6. Apakah responsiveness (daya tanggap) dapat meningkatkan loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?
 7. Apakah empathy (empati) dapat meningkatkan loyalitas alumni STIPAP Medan dengan kepuasan sebagai variabel intervening?

KAJIAN TEORI

Dimensi Kualitas Layanan

Dalam memberikan layanan yang baik kepada pelanggan, menurut Parasuraman, et al (1998) untuk mengevaluasi kualitas jasa pelanggan umumnya menggunakan lima dimensi adalah sebagai berikut :

a. *Tangibles* (Bukti langsung)

Tangibles berkaitan dengan segala sesuatu yang bernuansa fisik dari pelayanan, termasuk fasilitas fisik (sarana dan prasarana) lembaga dan personalia (dosen dan karyawan). *Tangibles* merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh perguruan tinggi kepada mahasiswanya.

b. *Reliability* (Keandalan)

Reliability tercermin dengan adanya konsistensi hasil belajar mahasiswa dengan standar yang telah ditentukan dan dapat diandalkan; misalnya mutu lulusan yang baik (karena mendapat bekal yang sesuai dengan kualifikasi untuk menjadi seorang akuntan yang andal), standar nilai yang dapat dipercaya. *Reliability* atau kehandalan merupakan kemampuan perguruan tinggi untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu.

c. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Responsiveness dapat tercermin dari keinginan atau kesiapan karyawan dan dosen dalam memberikan pelayanan setiap saat, antara lain bimbingan dosen terhadap mahasiswa yang mengalami kesulitan belajar, kebijakan dan upaya lembaga dalam mengikuti perkembangan jaman dan IPTEK, kesediaan pimpinan lembaga dalam menanggapi keluhan-keluhan mahasiswa dan berupaya untuk menyelenggarakan pelayanan yang lebih baik. *Responsiveness* atau daya tanggap merupakan kemampuan perguruan tinggi yang dilakukan oleh langsung karyawan untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. *Assurance* (Jaminan)

Assurance dapat terlihat dengan adanya kepastian bahwa para staf lembaga pendidikan tersebut memiliki keterampilan dan moralitas yang baik serta dapat dipercaya. Misalnya para dosen ahli dalam bidangnya dan bekerja secara profesional, staf administrasi. *Assurance* atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri mahasiswa dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

e. *Emphaty* (Empati)

Emphaty dapat ditunjukkan dengan adanya perhatian terhadap keamanan, ketenangan, dan kenyamanan mahasiswa dalam belajar, penyaluran lulusan ke perusahaan, dan lain-lain. *Emphaty* merupakan kemampuan perguruan tinggi yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada mahasiswa secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan mahasiswa. Jadi komponen dari dimensi ini merupakan gabungan dari akses (*access*) yaitu kemudahan untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh kampus.

Kepuasan Mahasiswa

Kata kepuasan (*satisfactions*) berasal dari bahasa latin “*statis*” (cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat), menurut Tjiptono dan Chandra (2004) kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan suatu atau membuat sesuatu memadai. Sedangkan menurut Tjiptono (1996) kepuasan adalah respon konsumen/penumpang terhadap evaluasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka mahasiswa akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, mahasiswa akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka mahasiswa akan sangat puas. Harapan mahasiswa dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau alumninya, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Mahasiswa yang puas akan setia lebih lama walaupun sudah lulus dari kampusnya, kurang sensitive terhadap komentar yang kurang baik bagi kampusnya, serta bersedia memberikan bantuan untuk mendukung kemajuan kampusnya setelah menjadi alumni.

Kotler, et al. (1995) mengidentifikasi 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Sistem Keluhan dan Saran
2. *Ghost Shopping*
3. *Lost Customer Analysis* (Analisa pelanggan yang hilang)
4. Survei Kepuasan Pelanggan

Loyalitas Mahasiswa

Menurut Tjiptono (2007) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Begitu juga dengan kepuasan alumni hadir dari seberapa besar kinerja perguruan tinggi untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh ikatan emosional jangka panjang.

Menurut Sutisna (2001) Loyalitas konsumen dapat dikelompokkan ke dalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*). Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai sebuah sikap menyenangkan terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

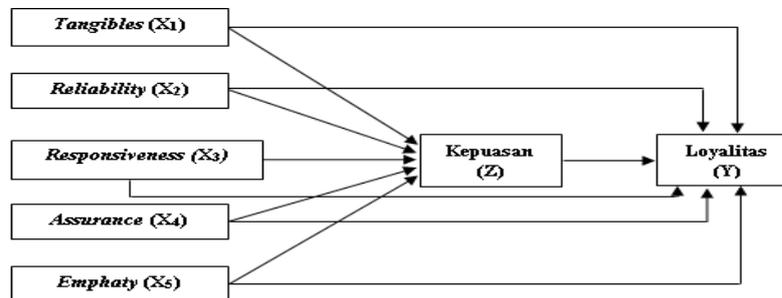
Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini disusun kerangka konseptual sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Konseptual

METODE

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data pada penelitian ini adalah jenis data kualitatif empiris yang didapat langsung dari penyebaran kuesioner. Selain menggunakan kuesioner, penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder. Terdapat 28 butir pernyataan yang ditujukan kepada alumni yang berkaitan dengan pembelajaran, kualitas pelayanan, kepuasan alumni dan loyalitas alumni terhadap STIPAP Medan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di STIPAP (Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Agrobisnis Perkebunan) Medan, pada tanggal 30 Januari 2017 s/d tanggal 31 Maret 2017.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh alumni STIPAP Medan jurusan budidaya tanaman perkebunan (BDP). Populasi berjumlah 1.298 orang. Salah satu cara menentukan besaran sampel yang memenuhi syarat adalah yang dirumuskan oleh Slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2)$$

n = Number of samples (jumlah sampel)

N = Total population (jumlah seluruh anggota populasi)

e = Error tolerance (taraf signifikansi = 0,1)

$$n = 1.298 / (1 + 1.298 (0,1)^2)$$

$$n = 92,85 = 93 \text{ orang}$$

Dengan demikian, jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 93 orang.

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), diberikan kepada alumni STIPAP yang dijadikan sampel melalui *on line*.
2. Studi dokumentasi, mengumpulkan dan mempelajari data sekunder seperti data jumlah alumni STIPAP.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Jenis Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer diperoleh dari daftar pertanyaan (*Questionnaire*)
2. Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi dokumentasi

Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian terdiri dari satu variabel dependen yaitu Loyalitas (Y), dan variabel independen yaitu: Tangibles (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4) dan Emphaty (X5), dengan Kepuasan (Z) sebagai variabel intervening. Pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala likert.

Adapun definisi operasionalisasi dari masing-masing variabel dependen dan independen di atas adalah sebagai berikut :

1. *Tangibles* (Bukti fisik)
Berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perguruan tinggi. Indikator variabel *tangibles* yaitu (1) Kenyamanan ruang belajar, (2) Kelengkapan laboratorium, (3) Kelengkapan referensi di perpustakaan, (4) Ketersediaan Lahan Praktek.
2. *Reliability* (Keandalan)
Reliability (keandalan) berkaitan dengan kemampuan perguruan tinggi untuk menyampaikan layanan yang disajikan secara akurat. Indikator yang dapat diadopsi sebagai berikut: (1) Ketepatan waktu pegawai dalam menangani keluhan mahasiswa, (2) Tanggung jawab pegawai tinggi dalam menangani keluhan mahasiswa.
3. *Assurance* (Jaminan)
Berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan mahasiswa. Indikator variabel *Assurance* yaitu: (1) Kemudahan diterima bekerja di perusahaan perkebunan, (2) *Image* kampus yang baik di dunia perkebunan, (3) Ketersediaan informasi lowongan pekerjaan dan (4) Kinerja pegawai meyakinkan.
4. *Empathy* (Empati)
Berarti bahwa perguruan tinggi memahami masalah para mahasiswanya dan bertindak demi kepentingan mahasiswa, serta memberikan perhatian personal kepada para mahasiswa dan memiliki jam operasi yang nyaman. Indikator variabel *Empathy* yaitu: (1) Kemauan pegawai memahami permasalahan mahasiswa, (2) Kemampuan pegawai memahami kemauan mahasiswa, (3) Pegawai membantu mahasiswa dengan tulus.
5. *Responsiveness* (Daya Tanggap)
Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para mahasiswa dan merespon permintaan mereka dengan segera. Indikator yang dapat diadopsi sebagai berikut: (1) Pegawai dapat menangani setiap keluhan mahasiswa, (2) Kecepatan pegawai dalam menanggapi masalah mahasiswa, (3) Pegawai selalu menawarkan bantuan kepada mahasiswa.
6. Kepuasan
Kepuasan alumni adalah respons alumni terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskormasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah mengkonsumsi jasa perguruan tinggi tempat alumni menyelesaikan studi. Indikator variabel kepuasan yaitu: (1) Empati pada mahasiswa yang sedang mengalami kesulitan, (2) Kecepatan dalam penanganan keluhan, (3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan/keluhan.
7. Loyalitas

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Kesetiaan terhadap layanan perguruan tinggi diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan. Sedangkan kepuasan alumni tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perguruan tinggi untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga menghasilkan ikatan emosional jangka panjang yang dirasakan oleh alumni. Indikator variabel loyalitas yaitu: (1) Merekomendasikan kepada saudara/teman kuliah di STIPAP Medan. (2) Memberikan bantuan materi/non materi kepada kampus. (3) Merekomendasikan STIPAP sebagai perguruan tinggi yang mencetak alumni yang unggul kepada perusahaan perkebunan

HASIL DAN PEMBAHASAN)

Hasil Penelitian

Pengujian Secara Simultan (Uji F)

Tabel 7 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45,053	5	9,011	45,453	,000 ^b
	Residual	17,247	87	,198		
	Total	62,300	92			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Alumni

b. Predictors: (Constant), Responsiveness, Tangibles, Assurance, Reliability, Emphaty

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2017)

Berdasarkan Tabel di atas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $45,453 > F_{tabel}$ sebesar 2,32 dan $sig = 0,000 < 0,05$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel independen (*tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *responsiveness*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan alumni.

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Tabel 8 Pengujian Secara Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,064	,285		-,226	,822
	Tangibles	-,115	,076	-,127	-1,515	,133
	Reliability	,134	,110	,114	1,210	,230
	Assurance	,564	,107	,479	5,291	,000
	Emphaty	,220	,097	,226	2,266	,026
	Responsiveness	,208	,093	,222	2,227	,029

a. Dependent Variable: Kepuasan_Alumni

Sumber: Output SPSS (data diolah, 2017)

Berdasarkan Tabel 8 di atas persamaan struktural pertaman pengaruh *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness* terhadap kepuasan alumni adalah sebagai berikut:

$$Z = -0,127 X_1 + 0,114 X_2 + 0,479 X_3 + 0,226 X_4 + 0,222 X_5$$

Hasil Uji Model Kedua

Koefisien Determinasi (R Square)

Berdasarkan Tabel di bawah ini variabel independen secara simultan atau bersama-sama menjelaskan variabel loyalitas alumni sebesar 44,8%, sisanya sebesar 55,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Tabel 9 Hasil Analisis Jalur R-Square Persamaan Struktur 2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696 ^a	,484	,448	,553

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Alumni, Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance

b. Dependent Variable: Loyalitas_Alumni

Sumber : Output SPSS (data diolah, 2017)

Pengujian Secara Serempak (Uji F)

Berdasarkan Tabel di bawah ini diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 13,449 > F_{tabel} sebesar 2,206 dan $sig = 0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa variabel independen (*tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness*, dan *kepuasan alumni*) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas alumni.

Tabel 10 Hasil Uji Simultan (Uji F) Model

Regresi 2						
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,655	6	4,109	13,449	,000 ^b
	Residual	26,277	86	,306		
	Total	50,932	92			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Alumni

b. Predictors: (Constant), Kepuasan_Alumni, Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsiveness, Assurance

Sumber : Output SPSS (data diolah, 2017)

Pengujian Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian secara parsial (Uji t) persamaan struktural 2 dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 11 Hasil Uji Parsial (Uji t) Model Persamaan Struktural 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,085	,353		3,071	,003
	Tangibles	,298	,095	,364	3,130	,002
	Reliability	-,046	,138	-,043	-,330	,742
	Assurance	,176	,152	,165	1,156	,251
	Emphaty	,008	,124	,009	,066	,947
	Responsiveness	,013	,119	,015	,107	,915
	Kepuasan_Alumni	,279	,133	,308	2,093	,039

a. Dependent Variable: Loyalitas_Alumni

Sumber : Output SPSS (data diolah, 2017)

Berdasarkan Tabel di atas persamaan struktural 2 yaitu pengaruh *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty*, *responsiveness* dan *kepuasan alumni* terhadap loyalitas alumni adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,364 X_1 - 0,043 X_2 + 0,165 X_3 + 0,009 X_4 + 0,015 X_5 + 0,308 Z$$

Perhitungan Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total

Berdasarkan pengolahan data maka hasil perhitungan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara langsung, tidak langsung dan pengaruh total pada Tabel berikut:

Hasil Hipotesis Pengaruh Assurance terhadap Kepuasan Alumni

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, keramahan, serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap penyedia jasa (Tjiptono, 2006). Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan alumni. Hal ini berarti bahwa jaminan yang diberikan kampus kepada alumni sangat dirasakan. Fakta ini dapat dilihat dari tingginya persentase responden alumni (79,97%) yang diterima bekerja di perusahaan perkebunan yang menyebar di seluruh wilayah Indonesia. Alumni STIPAP mampu bersaing dengan alumni perguruan tinggi lainnya untuk bersaing masuk dan berprestasi dalam dunia perkebunan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Brahwana (2013), Wei (2011) dan Hasan (2008).

Pernyataan pada variabel *assurance* respon alumni sebagian besar positif. Hal ini mengindikasikan tidak ada masalah jaminan pelayanan yang diberikan kampus kepada alumni, namun harus lebih ditingkatkan lagi supaya lebih baik. Walaupun demikian sebagian alumni masih ada yang merespon ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Bila kampus tidak segera mengevaluasi faktor penyebabnya, bisa saja persentasenya akan semakin meningkat setiap tahunnya. Bila berkelanjutan maka akan menurunkan tingkat kepuasan alumni di kemudian hari.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Alumni

Empati (*emphaty*) adalah perhatian secara individu yang diberikan oleh penyedia jasa sehingga pelanggan merasa penting, dihargai, dan dimengerti (Tjiptono, 2006). Pada penelitian ini menunjukkan bahwa *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan alumni. Hal ini berarti alumni merasa perhatian yang diberikan kampus cukup baik. Hal ini dapat dilihat bahwa kampus selalu menginformasikan lowongan terbaru baik bagi mahasiswa semester akhir maupun alumni. Dengan demikian memberikan kemudahan bagi alumni yang ingin *resign* (mengundurkan diri) dari perusahaan tempatnya bekerja. penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Wei (2011) dan Hasan (2008).

Berdasarkan Tabel respon alumni terhadap pernyataan variabel *emphaty* sebagian besar alumni ragu-ragu. Hanya dua pernyataan dalam kategori setuju yaitu kampus memahami kebutuhan saya sebagai alumni dan jam operasi kampus melayani saya sebagai alumni terasa nyaman. Ada tiga pernyataan dalam kategori ragu-ragu. Hal ini menunjukkan kampus kurang memberikan *emphaty* kepada alumni STIPAP. Kampus harus segera memperbaiki dan meningkatkan rasa *emphaty* kepada alumni agar tidak menjadi permasalahan yang serius di kemudian hari.

Perhatian kampus harus tetap ditingkatkan. Apalagi perhatian yang diberikan kampus selamaini tidak begitu luas, terkesan pasif. Tidak cukup hanya memberikan informasi lowongan kerja yang terbaru. Kampus harus memberikan perhatian terhadap permasalahan-permasalahan yang dialami alumni selama bekerja di perusahaan. Dengan demikian, kampus juga dapat mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan selama ini menjadi lebih baik lagi baik kepada mahasiswa selama proses akademik maupun terhadap alumni.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Tangibles*, *Reliability*, *Assurance*, *Empathy* dan *Responsiveness* Secara Simultan Terhadap Loyalitas Alumni

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

terhadap loyalitas alumni. Artinya alumni loyal terhadap kampus STIPAP. Bila salah satu variabel menurun maka akan menurunkan loyalitas alumni juga.

Menurut Griffin (2005) loyalitas yang meningkat dapat menghemat biaya perusahaan setidaknya di 6 bidang, antara lain: biaya pemasaran menjadi berkurang, biaya transaksi menjadi lebih rendah, biaya perputaran pelanggan (*customer turnover*) menjadi berkurang, keberhasilan cross-selling menjadi meningkat, pemberitaan dari mulut ke mulut menjadi lebih positif dan biaya kegagalan menjadi menurun (pengurangan pengerjaan ulang, klaim garansi dan sebagainya).

Alumni cenderung loyal kepada kampus STIPAP Medan. Bahkan 31,2% dan 45,2% alumni sangat setuju dan setuju dengan pernyataan saya selalu merekomendasikan lulusan STIPAP kepada perusahaan perkebunan untuk diterima bekerja. Dengan demikian alumni merasa kontribusi kampus sangat nyata dirasakan sehingga dapat diterima dan bersaing di dalam dunia kerja dengan alumni dari perguruan tinggi lainnya di Indonesia.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Tangibles* terhadap Loyalitas Alumni

Hasil dari uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan ada pengaruh positif secara langsung dan signifikan antara *tangibles* terhadap loyalitas alumni. Dengan demikian, *tangibles* merupakan indikator yang cukup kuat untuk mempengaruhi loyalitas alumni. Bila kualitas dan kuantitas fasilitas fisik semakin turun maka dapat menurunkan tingkat loyalitas alumni. Peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas fisik kampus adalah citra positif yang langsung mencerminkan perkembangan kampus dan dapat meningkatkan tingkat loyalitas alumni. Hal ini terlihat pada fasilitas kampus yang mengalami pembaharuan menjadi lebih baik, seperti meningkatkan tampilan visual kampus menjadi lebih menarik dan mendisain areal parkir menjadi lebih tertib.

Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik kampus yang dapat diandalkan kepada lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh kampus. Alumni akan semakin bersemangat mempromosikan STIPAP kepada orang lain karena secara visual orang akan merasa nyaman menimba ilmu di STIPAP.

Hasil Hipotesis Pengaruh Kepuasan Alumni terhadap Loyalitas Alumni

Pada penelitian ini variabel kepuasan alumni berpengaruh signifikan terhadap loyalitas alumni. Indikator ini menunjukkan kepuasan alumni memediasi loyalitas alumni STIPAP Medan. Hal ini sesuai dengan pendapat Boulding (dalam Ali Hasan, 2008:83) mengemukakan bahwa terjadinya loyalitas merek pada konsumen disebabkan oleh adanya pengaruh kepuasan dan ketidakpuasan terhadap merek tersebut yang terakumulasi secara terus-menerus disamping adanya persepsi tentang kualitas produk. Dengan demikian, kampus sebaiknya harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya lagi kepada seluruh alumni. Bila kampus berhasil meningkatkan kualitas layanannya maka secara otomatis akan mengurangi biaya pemasaran.

Menurut Tjiptono (1996) terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

bagi perusahaan. Kualitas layanan yang disampaikan kampus masih dalam kategori sesuai dengan harapan alumni belum pada tahap di atas ekspektasi alumni. Pada umumnya alumni merasa puas dan bersikap loyal karena besarnya peluang bagi alumni diterima bekerja di perusahaan perkebunan. Hal ini sudah terbukti sebagian besar alumni terserap bekerja di perusahaan perkebunan nasional. Alumni mampu bersaing dengan alumni perguruan tinggi lainnya bekerja di perusahaan perkebunan.

Di samping itu, STIPAP satu-satunya perguruan tinggi yang menawarkan jurusan yang fokus terhadap perkebunan kelapa sawit dan karet, dimana kedua komoditas ini merupakan komoditas andalan Indonesia baik dalam negeri maupun luar negeri. Dengan demikian kampus terkesan tidak mempunyai kompetitor yang kuat dalam menghasilkan lulusan yang siap bekerja di perkebunan, sehingga tidak berupaya maksimal meningkatkan kualitas layanannya kepada alumni. Bila hal ini berkelanjutan, maka perkembangan STIPAP dapat stagnan di kemudian hari karena tidak ada pembaharuan mutu yang lebih baik.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Responsiveness* terhadap loyalitas Alumni Melalui Kepuasan Alumni

Ada pengaruh positif secara tidak langsung dan signifikan antara *responsiveness* terhadap loyalitas dengan kepuasan alumni sebagai variabel intervening. Besarnya pengaruh langsung variabel *responsiveness* ini yaitu 0,015 dan 0,068 pengaruh secara tidak langsung. Dengan demikian kepuasan alumni memiliki pengaruh sebagai mediasi antara *responsiveness* terhadap loyalitas alumni STIPAP. Alumni merasa puas terhadap daya tanggap yang diberikan kampus terhadap alumni.

Pada Tabel respon alumni terhadap variabel *responsiveness* cenderung setuju. Hal ini berarti tingkat kepuasan alumni bila dikaitkan dengan daya tanggap kampus cukup baik. Tingkat kepuasan alumni dengan rata-rata 3,64. Dengan demikian kepuasan memperkuat loyalitas alumni terhadap daya tanggap kampus selama ini. Oleh karena itu, kampus harus lebih tanggap lagi terhadap kebutuhan alumni, seperti membuat pos pelayanan tersendiri bagi alumni yang membutuhkan bantuan. Setiap saat alumni dapat berkomunikasi dengan kampus.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Assurance* terhadap loyalitas Alumni Melalui Kepuasan Alumni

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara tidak langsung dan signifikan antara *assurance* terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Pengaruh langsung sebesar 0,165 dan 0,147 pengaruh tidak langsung. Hal ini berarti kepuasan alumni berpengaruh sebagai mediasi antara *assurance* terhadap loyalitas alumni. Oleh sebab itu, kampus harus lebih meningkatkan tingkat kepercayaan alumni terhadap kampus. Kampus harus memfasilitasi segala keluhan yang disampaikan alumni. Bila hal ini berhasil dilakukan kampus, maka dengan otomatis antar alumni juga akan lebih terbuka lagi untuk saling membantu dan berbagi pengalaman karena mereka memiliki kepercayaan yang sama terhadap kampus.

Jaminan yang diberikan kampus melalui jajaran stafnya mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Menurut Tjiptono (2005) jaminan merupakan dimensi terpenting

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

dari suatu pelayanan dimana para pelanggan harus bebas dari bahaya resiko yang tinggi atau bebas dari keragu-raguan dan ketidakpastian.

Hasil Hipotesis Pengaruh *Empathy* terhadap loyalitas Alumni Melalui Kepuasan Alumni

Ada pengaruh positif secara tidak langsung dan signifikan antara *emphaty* terhadap loyalitas dengan kepuasan sebagai variabel intervening. Besarnya pengaruh langsung variabel empati ini yaitu 0,009 dan 0,069 pengaruh secara tidak langsung. Dengan demikian kepuasan alumni memiliki pengaruh sebagai mediasi antara *emphaty* terhadap loyalitas alumni STIPAP. Hal ini berarti semakin tinggi perasaan senang alumni kepada kampus maka semakin meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas alumni.

Menurut Tjiptono (2005), empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan. Hal terpenting dari empati adalah cara penyampaian baik secara personal maupun biasa. Alumni seharusnya dianggap sebagai orang yang penting dan khusus. Supaya penyampaian informasi juga dilakukan dengan baik, tanpa menyinggung perasaan alumni. Dengan demikian tingkat kepuasan alumni menjadi indikator sangat penting supaya alumni menjadi loyal.

KESIMPULAN

1. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan alumni pada STIPAP Medan.
2. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan alumni pada STIPAP Medan.
3. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kepuasan alumni pada STIPAP Medan.
4. *Tangibles, reliability, responsiveness, assurance, emphaty* dan kepuasan alumni berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap loyalitas alumni pada STIPAP Medan.
5. *Tangibles* berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas alumni pada STIPAP Medan.
6. Kepuasan alumni berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap loyalitas alumni pada STIPAP Medan.
7. *Responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas alumni dengan kepuasan alumni sebagai variabel intervening pada STIPAP Medan.
8. *Assurance* berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas alumni dengan kepuasan alumni sebagai variabel intervening pada STIPAP Medan.
9. *Emphaty* berpengaruh positif dan signifikan secara tidak langsung terhadap loyalitas alumni dengan kepuasan alumni sebagai variabel intervening pada STIPAP Medan.

REFERENSI

Batu bara, Aida W; Paham Ginting; Arlina Nurbaity Lubis. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Word of Mouth Mahasiswa Program Studi Diploma III

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol. 1 No. 3 Hal 82-94

- Administrasi Perpajakan FISIP USU. Jurnal Manajemen & Bisnis. ISSN 1693-7619 VOL 14 No 02.
- Bharwana, Tariq Khalil, Dr. Mohsin Bashir dan Muhammad Mohsin. 2013. *Impact of Service Quality on Customers' Satisfaction: A Study from Service Sector especially Private Colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan*. International Journal of Scientific and Research Publications ISSN. Volume 3. Issue 5.
- Gaspersz, Vincent. 1997. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hanaysha, Jalal R.M. 2012. *Service quality and satisfaction: Study on International Students in Universities Of North Malaysia*. International Journal of Research In Manajemen. ISSN 2249-5908 Volume 3. Issue 2.
- Hasan, Hishamuddin Fitri Abu Hasan . 2008. *Service Quality and Student Satisfaction: A Case Study at Private Higher Education Institutions*. International Business Research CCSE. Vol 1. No. 3.
- Hasbullah, 2001. *Dasar-Dasar Ilmu Pendidikan*. PT. Rajagrafindo Persada. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, dan Hamdani. 2006. *Manajemen pemasaran jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Mowen. 1995. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta.
- Mudie, Peter dan Angela Cottam. 1993. *The management and marketing of sevice*. Oxford: Butterworth-Heinemann Ltd., p. 223.
- Mulyani A. Nurhadi. 1983. *Administrasi Pendidikan di Sekolah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2003. *Pendidikan Dan Perilaku Kesehatan*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Parasuraman, A., Zeithaml V.A dan Berry L.L. 1998. *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, Journal of Retailing, Vol. 64, No. 1.
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol*, Edisi 11. Alih Bahasa, Hendra Teguh. Jakarta: Penerbit PT. Prenhallindo.
- Rakasiwi, Lusi. 2015. *Analisis kualitas pelayanan akademik dan ketersediaan Sarana akademik biro administrasi akademik Terhadap kepuasan mahasiswa Universitas muhammadiyah Surakarta*. Surakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Gregorius Chandra. 2005. *Service Quality & Satisfaction*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Georgius Chandra. 2005. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 2. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service management mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, fandi. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Tjiptono, fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta. Penerbit Andi.
- Turnip, Hariady; Marihat Situmorang, dan Rosman Siregar. 2014. *Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pelayanan Dengan Metode Fuzzy Service Quality*. Saintia Matematika. Vol. 2 No. 2.
- Wei, Chuah Chin. 2011. *Students Satisfaction towards the University: Does Service Quality Matters?*. International Journal of Education. Vol. 3. No. 2.