

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Word Of Mouth Melalui
Kepuasan Mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Nasional
Laa Roiba**

Rio Kartika, Sholikul Hadi, Fika Lestari

¹²³ IAI-N Laa Roiba

riosupriyatna76@gmail.com, lestarifika17@gmail.com,

sholikulhadisbbc@gmail.com

ABSTRACT

Quality service in higher education is an important factor in service excellence. Quality service to students will provide satisfaction so as to create Word Of Mouth. Research using quantitative methods with a descriptive approach. The sample was 30 respondents with simple random sampling technique. The data analysis technique uses path analysis. The results show that service quality has a significant effect on Word Of Mouth by 63.4%. Service quality has a significant effect on student satisfaction, amounting to 57.8%. Service quality has a direct effect on Word Of Mouth of 57.7%, an indirect effect of 23.9%, so that the direct effect of service quality on Word Of Mouth is greater than the indirect effect.

Keywords: *student satisfaction, service quality, path analysis, Word of Mouth*

ABSTRAK

Pelayanan berkualitas di perguruan tinggi menjadi faktor penting dalam keunggulan pelayanan jasa. Pelayanan kepada mahasiswa secara berkualitas akan memberikan kepuasan sehingga menciptakan *Word Of Mouth*. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sampel sebanyak 30 responden dengan teknik *simple random sampling*. Teknik analisis data menggunakan *path analysis*. Hasil menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap *Word Of Mouth* sebesar 63,4%. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa, sebesar 57,8%. Kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap *Word Of Mouth* sebesar 57,7%, pengaruh tidak langsung sebesar 23,9%, sehingga pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap *Word Of Mouth* lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung.

Kata kunci: *kepuasan mahasiswa, kualitas pelayanan, path analysis, Word of Mouth*

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi merupakan lembaga yang memiliki peranan penting dalam dunia pendidikan tinggi, yang menyediakan program akademik dan penelitian. Lembaga perguruan tinggi merupakan lembaga yang tidak terlepas dari pemberian pelayanan kepada mahasiswa sebagai konsumen. Perguruan tinggi memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dari masyarakat sebagai tempat transformasi masyarakat menuju kemampuan untuk berdaya saing di era globalisasi masih sangat tinggi (Debora & Harnadewita, 2019). Berdasarkan data yang di dapat dari (DataPendidikan.com, 2023) terdapat 57 perguruan tinggi swasta di Kabupaten Bogor sehingga menimbulkan daya saing yang lebih ketat.

Menurut Tjiptono (2008), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan oleh konsumen dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Dharmawan & Hidayat, 2018). Kualitas pelayanan mempunyai peranan penting sebagai penentu kinerja organisasi dan sumber keunggulan kompetitif telah menjadi prinsip utama dalam pemasaran jasa. Sebagai organisasi jasa, perguruan tinggi seharusnya menggunakan prinsip tersebut sebagai upaya dalam memenangkan persaingan melalui berbagai pertimbangan yang bersifat strategis

Menurut Kotler dan Keller (2018), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan, maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang (Sasongko, 2021).

Menurut Kotler and Keller (2009 : 255) menyatakan bahwa berita dari mulut ke mulut (*Word Of Mouth*) bisa sangat efektif untuk bisnis kecil yang didalamnya pelanggan dapat merasakan hubungan yang lebih pribadi. *Word Of Mouth* menjadi kekuatan penting dalam pemasaran bisnis ke konsumen maupun pemasaran bisnis ke bisnis. Pada akhirnya *Word Of Mouth* yang positif akan bisa menjadi alat promosi yang paling efektif bagi perusahaan (Ratnasari, 2016).

Institut Agama Islam Nasional (IAI-N) Laa Roiba Bogor merupakan sebuah lembaga pendidikan tinggi yang berada di bawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Salah satu Fakultas di IAI-N Laa Roiba Bogor adalah Fakultas Syariah. Jumlah mahasiswa Fakultas Syariah IAI-N Laa Roiba Bogor berjumlah 427 mahasiswa, yang terdiri dari Prodi Hukum Keluarga Islam 167 Mahasiswa (39,11%), Prodi Ekonomi Syariah 171 Mahasiswa (40,05%) dan sisanya Prodi Manajemen Bisnis Syariah 89 Mahasiswa (20,84%). Terjadi fluktuasi penerimaan mahasiswa Fakultas Syariah IAI-N Laa Roiba Bogor. Hal ini perlu di perhatikan oleh lembaga, mengapa penurunan jumlah mahasiswa dapat terjadi. Alasan studi mengenai kualitas pelayanan masih sangat menarik dan relevan. Hal ini tentu akan menjadi pengaruh besar terhadap *Word Of Mouth* yang seharusnya dilakukan oleh mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang di atas mengenai pengaruh kepuasan mahasiswa yang dilakukan oleh mahasiswa terhadap kualitas pelayanan dan *Word Of Mouth* di perguruan tinggi maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth* Melalui Kepuasan Mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di kampus IAI-N Laa Roiba Bogor, dengan waktu pengamatan dari bulan Februari – Mei 2024. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Data yang digunakan bersifat primer hasil survei melalui angket dengan jumlah sampel 30 mahasiswa fakultas syariah IAI-N Laa Roiba, dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan sebagai variabel independen terhadap *word of mouth* sebagai variabel dependen melalui kepuasan mahasiswa sebagai variabel *intervening*. Sebelum analisis data, pengolahan data dilakukan terlebih dahulu. Setelah data dikumpulkan dengan kuesioner, maka langkah berikutnya melakukan tabulasi, yaitu memberikan *rating* (skor) menurut sistem yang didefinisikan. Penilaian dilakukan dengan menggunakan skala Likert yang berinteraksi 1-5, selanjutnya data di uji melalui uji validitas dan uji realibilitas.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Sebelum menggunakan analisis jalur digunakan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada bagian ini penulis akan membahas mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, program studi, semester, asal kampus, dan informasi saat masuk Laa Roiba. Data tersebut diambil dari masing-masing responden, pengambilan data responden ini menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu cara pengambilan sampel dengan memberi kesempatan yang sama untuk dipilih lagi setiap individu atau unit dalam keseluruhan populasi. Sebelum melakukan tahap analisis data terlebih dahulu penulis akan memberikan penjelasan mengenai keterangan-keterangan responden dalam penelitian ini.

Jenis Kelamin

Adapun data yang diperoleh penulis mengenai jenis kelamin responden laki-laki sebanyak 10 orang atau 33,3% sedangkan responden lainnya diisi oleh perempuan sebanyak 20 orang atau 66,7%.

Program Studi

Adapun data yang diperoleh penulis mengenai program studi responden ekonomi syariah sebanyak 17 orang atau 56,7%, program studi hukum keluarga Islam tidak ada yang menjadi responden atau 0%, dan program studi manajemen bisnis syariah sebanyak 13 orang atau 43,3%.

Semester

Adapun data yang diperoleh penulis mengenai semester responden sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Responden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah	Persentase (%)
Semester 2	11	36,7
Semester 4	8	26,7
Semester 6	3	10
Semester 8	8	26,7
Total	30	100

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 di atas bahwa data responden diperoleh dari mahasiswa fakultas syariah semester 2 sebanyak 11 orang atau 36,7%, semester 4 sebanyak 8 orang atau 26,7%, semester 6 sebanyak 3 orang atau 10%, dan semester 8 sebanyak 8 orang atau 26,7%.

Lokasi Kampus

Adapun data yang diperoleh penulis mengenai asal kampus responden yang berada di Kampus Cibinong sebanyak 27 orang atau 90%, dan responden dari kampus Leuwiliang sebanyak 3 orang atau 10%.

Sumber Informasi tentang Laa Roiba

Adapun data yang diperoleh penulis mengenai sumber informasi tentang Laa Roiba sebagai berikut :

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan sumber informasi tentang Laa Roiba

Sumber Informasi	Jumlah	Persentase (%)
Teman	10	33,3
Keluarga	11	36,7
Brosur	1	3,3
Media Sosial	3	10
Observasi	5	16,7
Total	30	100

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 di atas bahwa sumber informasi tentang Laa Roiba sebanyak 10 orang atau 33,3% bersumber dari teman, 11 orang atau 36,7% bersumber dari keluarga, 1 orang atau 3,3% bersumber dari brosur, 3 orang atau 10% bersumber dari media sosial dan 5 orang atau 16,7% bersumber dari hasil observasi sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa responden terbanyak bersumber dari teman.

Uji Validitas dan Realibilitas

Dalam penelitian ini dilakukan terlebih dahulu uji validitas per item pernyataan sebelum dilakukan analisis lebih lanjut. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS Statistics 21. Dalam uji validitas dan reliabilitas digunakan jumlah sampel 30 responden.

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} pada taraf kepercayaan 95% atau nyata 5% ($\alpha = 0,05$) pada $N = 30$, maka derajat bebasnya $N-2$ ($30-2 = 28$), dan nilai r_{tabel} pada $df = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,3061. Hasil uji validitas sebagai berikut :

1. Variabel kepuasan mahasiswa yang terdiri dari 25 butir pernyataan, diperoleh hasil bahwa 1 pernyataan tidak valid yaitu pada pernyataan ke 14 yang berasal dari indikator kepastian dan 24 butir lainnya valid. Maka pernyataan butir ke 14 tidak digunakan dalam tahapan selanjutnya.
2. Variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 25 butir pernyataan, diperoleh hasil bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

3. Variabel *word of mouth*, yang terdiri dari 15 butir pernyataan diperoleh hasil bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid

Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian, yaitu dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha ≥ 0.6 (Ghozali 2013:48), sehingga data dapat digunakan untuk analisis data. Berdasarkan hasil pengolahan data pada *software* SPSS 21 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan pada variabel kualitas pelayanan, *word of mouth*, dan kepuasan mahasiswa dinyatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah analisis yang dilakukan untuk menilai model regresi terdapat masalah-masalah asumsi klasik. Tujuan dilakukannya uji ini untuk menentukan model analisis regresi layak digunakan atau tidak dalam pengujian.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap *Word Of Mouth*

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Menurut Widarjono model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas dilakukan pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian (Duli, 2019). Cara pengujiannya yaitu jika signifikansi dibawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan atau data tidak normal, dan juga signifikansi diatas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan signifikan, dan data ini normal, tidak berbeda dengan normal baku. Uji normalitas dalam penelitian ini dibuat dalam tabel 3:

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,37209074
Most Extreme Differences	Absolute	,140
	Positive	,140
	Negative	-,075
Kolmogorov-Smirnov Z		,784
Asymp. Sig. (2-tailed)		,603

Sumber: *Output* IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji model regresi memiliki korelasi antara variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi dengan variabel independen. Untuk mengukur uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF) yang dihitung dengan SPSS Statistics 21. Seperti dimuat pada tabel 4:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas pelayanan (X)	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024

Menurut Ghazali (2013: 105), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolinieritas adalah jika nilai *tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen kualitas pelayanan dari VIF dilihat tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF > 10, maka tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser yakni jika nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai sig < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser dapat dilihat pada tabel 5:

Tabel 5. Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,444	,208		2,132	,042
Kualitas Pelayanan	-,062	,074	-,156	-,833	,412

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel 20 , dapat dilihat bahwa nilai sig bernilai 0,412 > 0.05, dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi pada model regresi artinya ada korelasi antar anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu saling berkorelasi. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai uji Durbin Watson (Uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut (Algifari, 2000):

- DL = 1,4797
- DU = 1,6889
- Kurang 1,4797 = Ada autokorelasi
- 1,4797 s/d 1,6889 = Tanpa kesimpulan
- 1,6889s/d 2,3111 = Tidak ada autokorelasi
- 2,3111 s/d 3,213 = Tanpa kesimpulan
- Lebih dari 3,213 = Ada autokorelasi

Adapun hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 6:

**Tabel 6. Hasil Uji Autokorelasi
Uji Durbin Waston**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,796 ^a	,634	,621	,37868	2,070

Sumber: *Output IBM SPSS 21 Statistics yang diolah, 2024*

Dari hasil data di atas dapat dijelaskan model nilai DW sebesar 2,070. Jadi, dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi pada model regresi.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan menguji model regresi variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan mahasiswa mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dimuat pada tabel 7:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,45703424
Most Extreme Differences	Absolute	,113
	Positive	,049
	Negative	-,113
Kolmogorov-Smirnov Z		,621
Asymp. Sig. (2-tailed)		,835

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang di olah, 2024*

Dapat di lihat dari tabel di atas, pada nilai Asymp. Sig.(2-tailed) 0,835 menunjukkan > 0.05. Hasil ini menunjukkan bahwa data hasil uji normalitas berdistribusi normal, sehingga angket kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa sama-sama berasal dari sampel yang berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan menguji model regresi memiliki korelasi antara variabel independen atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi dengan variabel independen. Untuk mengukur uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)* yang dihitung dengan SPSS Statistics 21. Seperti dimuat pada tabel 8 :

Tabel 8. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1,000	1,000	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Menurut Ghazali (2013: 105), nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan multikolonieritas adalah jika nilai *tolerance* > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10. Berdasarkan hasil perhitungan variabel independen dari VIF dilihat tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF > 10, maka tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dalam uji Glejser yakni jika nilai sig > 0,05 maka tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai sig < 0,05 maka terdapat heteroskedastisitas. Hasil uji Glejser dapat dilihat pada tabel 9:

Tabel 1. Hasil Uji Glejser

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,058	,208		,280	,781
Kualitas Pelayanan	,115	,074	,283	1,560	,130

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas melalui uji Glejser pada tabel 24, dapat dilihat bahwa nilai sig bernilai 0,130 > 0.05, dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini uji autokorelasi menggunakan uji *run test*, dengan penilaian jika nilai Asym.Sig (2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi. Begitu pun sebaliknya jika Asym.Sig (2-tailed) < 0,05 maka dapat disimpulkan terdapat autokorelasi, seperti dimuat dalam tabel 10:

Tabel 10. Hasil Uji Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	,05100
Cases < Test Value	15
Cases >= Test Value	15
Total Cases	30
Number of Runs	13
Z	-,929
Asymp. Sig. (2-tailed)	,353

a. Median

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Berdasarkan hasil uji autokorelasi melalui uji *Runs Test* pada tabel 26, dapat dilihat bahwa nilai sig bernilai 0,353 > 0.05, dan dapat dikatakan bahwa hal ini menunjukkan tidak terjadi autokorelasi dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Parsial (uji t)

Uji t dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *Word Of Mouth*. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 11:

Tabel 11. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,651	,319		2,040	,051
Kualitas Pelayanan	,791	,114	,796	6,965	,000

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Dari hasil uji parsial pada tabel 11, pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel *Word Of Mouth* dapat dijelaskan bahwa Nilai t_{hitung} untuk variabel ini 6,965 dengan nilai t_{tabel} uji satu arah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 1,70113. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} 6,965 > t_{tabel} 1,70113. maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap *Word Of Mouth*, dimana nilai sig variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,05, dan nilai Beta positif, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap variabel *Word Of Mouth*.

Uji Parsial (uji T)

Uji T dilakukan untuk menganalisis pengaruh dari variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa. Hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 12:

Tabel 12. Hasil Uji Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,522	,392		1,333	,193
Kualitas Pelayanan	,864	,140	,760	6,196	,000

Sumber: *Output IBM SPSS Statistics 21 yang diolah, 2024*

Dari hasil uji parsial pada tabel 12, pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan mahasiswa dapat dijelaskan bahwa Nilai t_{hitung} untuk variabel ini 6,196 dengan nilai t_{tabel} uji satu arah dan $\alpha = 5\%$ (0,05) sebesar 1,70113. Hasil uji tersebut menunjukkan nilai t_{hitung} 6,196 > t_{tabel} 1,70113. maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh, dimana nilai sig variabel kualitas pelayanan 0,000 < 0,05, dan nilai Beta positif, artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh nyata dan positif terhadap variabel kepuasan mahasiswa.

Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 13. Hasil Analisis Jalur Variabel Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Mahasiswa Terhadap *Word Of Mouth*

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Jumlah
X Terhadap Z	0,760	0,760		0,760
X Terhadap Y	0,577	0,577	0,760 x 0,314 = 0,239	0,816
Z Terhadap Y	0,314	0,314		0,314
Error 1	0,650	0,650		0,650
Error 2	0,569	0,569		0,569

Sumber: Data diolah 2024.

Berdasarkan tabel 39 tentang hasil *path analysis* kualitas pelayanan terhadap *Word Of Mouth* Dengan variabel kepuasan mahasiswa sebagai variabel *intervening* maka dapat disimpulkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap variabel Kepuasan mahasiswa sebesar 0,760. Kemudian untuk variabel Kepuasan mahasiswa berpengaruh langsung terhadap variabel *Word Of Mouth* sebesar 0,314. Sedangkan untuk variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung terhadap *Word Of Mouth* sebesar 0,577 dan berpengaruh tidak langsung sebesar 0,239 karena melalui variabel *intervening* yaitu Kepuasan mahasiswa sehingga hasil pengaruh totalnya yaitu 0,816.

Dari data penelitian yang dikumpulkan pada variabel kualitas pelayanan, variabel kepuasan mahasiswa, dan variabel *Word Of Mouth* yang telah diolah menggunakan sistem SPSS versi 21, maka dari itu dapat diperoleh hasil perhitungan Linear Analisis Jalur (*Analysis Path*) sebagai berikut:

Tabel 14. Hasil Analisis Persamaan Struktur Pertama, Analisis Jalur (*Analysis Path*) Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Mahasiswa(Z)

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
1 (Constant)	.522	.392		1.333	.193	
Kualitas Pelayanan	.864	.140	.760	6.196	.000	

a. Dependent Variable: **Kepuasan Mahasiswa**

Berdasarkan Tabel 14 dapat diketahui bahwa Hasil uji tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} 6,196 > t_{tabel} 1,701$. Maka disimpulkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh dengan nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan yaitu 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi Model I, yakni variabel kualitas pelayanan berpengaruh nyata (signifikan) terhadap kepuasan mahasiswa.

Tabel 15. Hasil Analisis Persamaan Struktur pertama, Analisis jalur (*Analysis Path*) Standar Error Variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Mahasiswa (Z)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.563	.46512

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Persamaan regresi dapat dijelaskan, yaitu Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,760 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa, atau dengan kata lain jika nilai kualitas pelayanan dinaikkan satu-satuan maka akan meningkatkan kepuasan mahasiswa sebesar 0,760 satuan. Berdasarkan nilai R Square yang terdapat pada Tabel 15 adalah sebesar 0,578 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa adalah sebesar 57,8% sementara sisanya 42,2% merupakan kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian diantaranya, mutu produk atau jasa, mutu pelayanan, harga, waktu, dan keamanan. (Kuswandi, 2004)

Nilai *error* diperoleh dari:

$$e_1 = \sqrt{1 - KD}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - 0,578}$$

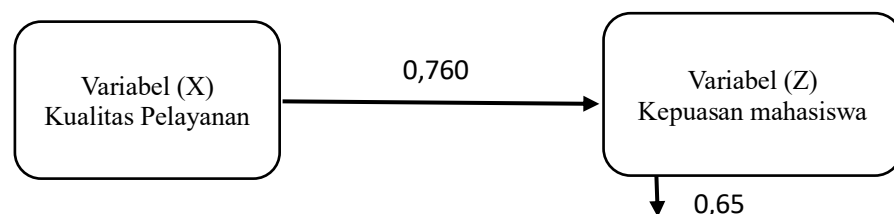
$$e_1 = 0,65$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka diperoleh persamaan struktur model pertama, sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan Mahasiswa} = 0,76 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,65.$$

Dengan demikian diperoleh diagram jalur model struktur 1 sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram Jalur Model Struktur I



Tabel 16. Hasil Analisis Persamaan Struktur kedua, Analisis jalur (*Analysis Path*) Variabel Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Mahasiswa Terhadap *Word Of Mouth*

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	.507	.315			1.609	.119
1 <i>Kualitas Pelayanan</i>	.554	.168	.557		3.302	.003
<i>Kepuasan Mahasiswa</i>	.275	.147	.314		1.862	.073

a. Dependent Variable: *Word Of Mouth*

Berdasarkan *output* regresi model II pada Tabel 16 diketahui bahwa Hasil uji tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} 3,302 > t_{tabel} 1,70113$, nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05, dan variabel kepuasan mahasiswa nilai $t_{hitung} 1,862 > t_{tabel} 1,70113$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,073 lebih besar dari 0,05. Maka hasil ini memberikan kesimpulan bahwa Regresi model II, yakni variabel kualitas pelayanan berpengaruh nyata (signifikan) terhadap *Word of Mouth* dan kepuasan mahasiswa berpengaruh tidak nyata (tidak signifikan) terhadap *Word of Mouth*.

Persamaan regresi dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,557 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap *Word of Mouth*, atau dengan kata lain jika nilai kualitas pelayanan dinaikkan satu satuan maka akan meningkatkan *Word of Mouth* sebesar 0,557satuan.
- Nilai koefisien kepuasan mahasiswa sebesar 0,314 menunjukkan bahwa variabel kepuasan mahasiswa berpengaruh positif terhadap *Word Of Mouth*, atau dengan kata lain jika nilai kepuasan mahasiswa dinaikkan satu satuan maka akan meningkatkan *Word of Mouth* sebesar 0,314 satuan.

Tabel 17. Hasil Analisis Persamaan Struktur kedua, Analisis jalur (*Analysis Path*) Standar Error Variabel Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan Mahasiswa Terhadap *Word of Mouth*

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.822 ^a	.676	.652	.36302

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Mahasiswa, Kualitas Pelayanan

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada Tabel 17 adalah sebesar 0,676 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa terhadap *Word of Mouth* sebesar 67,6% sementara sisanya sebesar 32,4% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak diteliti diantaranya *Be Interesting* atau menciptakan sesuatu yang menarik, *Make People Happy* atau membuat orang bahagia dan, *Earn Trust and Respect* atau dapatkan kepercayaan dan rasa hormat.

Nilai *error* diperoleh dari :

$$e_1 = \sqrt{1 - KD}$$

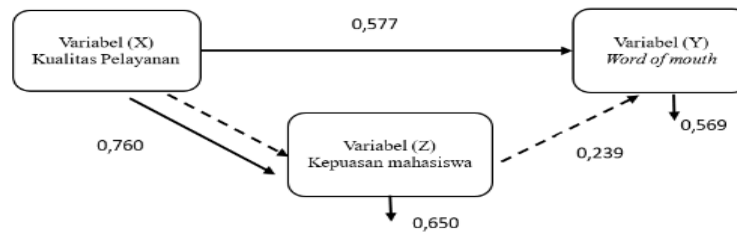
$$e_1 = \sqrt{1} - 0,676$$

$$e_1 = 0,569$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka diperoleh diagram persamaan model ke II sebagai berikut :

$$\text{Word Of Mouth} = 0,577 \text{ kualitas pelayanan} + 0,314 \text{ kepuasan mahasiswa} + 0.569.$$

Gambar 2. Diagram Jalur model Struktur ke II



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang diperoleh, maka dapat disimpulkan jawaban dari perumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh nyata dan positif terhadap *Word Of Mouth*. Hal ini menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang di dapatkan oleh mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba Bogor mempengaruhi *Word Of Mouth*. Selanjutnya jika kualitas pelayanan yang diberikan dapat meningkat, maka akan meningkatkan pula kontribusi mahasiswa terhadap niat dalam melakukan *Word Of Mouth*. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh tinggi atau akurat terhadap *Word Of Mouth*.
2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara nyata dan positif terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Syariah Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian pelayanan yang berkualitas dapat menghadirkan kepuasan mahasiswa sebagai penerima layanan dalam pendidikan tinggi. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh tinggi atau akurat terhadap kepuasan mahasiswa. Dengan demikian, maka apabila institusi hendak meningkatkan kepuasan mahasiswa, maka harus meningkatkan dan memperbaharui kualitas pelayanan.
3. Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara langsung maupun tidak langsung terhadap *word of mouth*, nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan pengaruh tidak langsung melalui kepuasan mahasiswa. Kecenderungan mahasiswa Fakultas Syariah melakukan *Word Of Mouth* bukan atas dasar kepuasan yang dirasakan melainkan adanya dorongan dari lembaga dan dosen kepada mahasiswa untuk melakukan *Word Of Mouth*. Dorongan dari lembaga dan dosen menjadi faktor dominan mahasiswa Fakultas Syariah untuk menyebarkan informasi positif mengenai Fakultas Syariah Institut Agama Islam Nasional Laa Roiba, karena adanya reward yang diberikan kepada mahasiswa Fakultas Syariah.

SARAN

1. Pihak dari Fakultas Syariah IAI-N Laa Roiba perlu menaikkan niat mahasiswa dalam melakukan *Word Of Mouth* yang positif melalui, dengan memberikan pelayanan yang mempunyai daya tarik yang berbeda, sehingga lebih menarik untuk diperbincangkan, memberikan pelayanan yang menyenangkan, mengagumkan, sehingga terciptanya pelayanan prima. Jika ada permasalahan di selesaikan dengan tanggap, meningkatkan kepercayaan dari mahasiswa, seperti keakuratan informasi, kecepatan dan ketepatan layanan, memberikan hak mahasiswa dengan sebaik-baiknya.
2. Fakultas syariah IAI-N Laa Roiba perlu meningkatkan kualitas pelayanan melalui, meningkatkan mutu pelayanan yang berbentuk fisik dengan memberikan kenyamanan seperti ruang kelas, mushola dan toilet, memenuhi apa yang kebutuhan mahasiswa sesuai dengan apa yang diharapkan, seperti jam perkuliahan yang sesuai, atau pelajaran yang di dapat, dan memutuskan rincian biaya sesuai dengan kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswa. Sehingga kewajiban dapat di penuhi dan hak mahasiswa pun akan mereka dapatkan dengan sesuai.
3. Fakultas Syariah IAI-N Laa Roiba hendaknya lebih meningkatkan kepada nilai kepuasan mahasiswa melalui, memperbaharui pelayanan yang sudah ada dengan berbagai macam pembaharuan dari waktu ke waktu agar terlihat tidak monoton, meningkatkan sistem pelayanan yang tepat, untuk memudahkan mahasiswa dan memberikan kenyamanan, meningkatkan kekuatan informasi yang diberikan kepada mahasiswa sehingga mahasiswa puas dengan informasi yang disampaikan. Karena terkadang, jika informasi yang disampaikan kurang jelas atau tidak tepat maka akan menimbulkan pertanyaan-pertanyaan yang akan membuat ketidakpuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandro, R. (2020). *Kepuasan Mahasiswa Dalam Pelayanan Akademik Dan Kemahasiswaan*. Yogyakarta: BULDING.
- Algifari. (2000). *Analisis Teori Regresi: Teori Kasus dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE.
- Anjani, A. P. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Institusi dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Word of Mouth (Studi Kasus pada Universitas Muhammadiyah Jember)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. *Jurnal Pendidikan Islam*, 3.
- Ashlihah. (2018). *Pengaruh Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT BPRS Lantabur Jombang*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis, dan Manajemen*, 19.

- Citra, M., Lubis, N., & Nurseto, S. (2013). *Analisis Kepuasan Pelanggan atas Kualitas Pelayanan Blackberry Internet Service Provider Telkomsel (Studi Kasus pada 100 Pengguna Blackberry Internet Service Provider Telkomsel di Kota Semarang)*. *Journal of Social and Politic*, 3.
- Datapendidikan.Com. (2023). Retrieved November 2023, from <https://datapendidikan.com/perguruan-tinggi/kab/bogor/>.
- Debora, F., & Harnadewita. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Pembelajaran terhadap Kepuasan Mahasiswa sebagai Analisis Produktivitas Perguruan Tinggi*. *Operations Excellence*.
- Dewi, N. L., & Hariawan, F. (2022). *Pengaruh Word of Mouth (WOM), Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pembelian Handphone di Toko KSC Cellular Mojokerto*. *Journal of Sustainability Business Research*, 237.
- Dharmawan, E., & Hidayat, I. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Brand Image terhadap Word of Mouth (WOM) yang Dimediasi Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Deepublish.
- Efendi, Ibrahim, J., & Johnny. (2016). *Metode Penelitian Hukum: Normatif dan Empiris*. Tapos-Cimanggis, Depok: Prenadamedia Group.
- Fathur, K. S. (2017). *Metodologi Penelitian Farmasi Komunitas dan Eksperimental*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ferils, M. (2022). *Kompetensi dan Stres Kerja: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pegawai*. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 711.
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gudono. (2011). *Analisis Data Multivariat*. Yogyakarta: BPFE.
- Gujarati, D. (2003). *Ekonometri Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Harahap, M. K. (2013). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa FE UNY)*. 28-29.
- Heriza, A. F., & Wartiningih, E. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Telkom Witel Jakarta Selatan*. *Epigram*, 81, 82.
- Hanum, N. A., & Utami, M. M. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Word of Mouth Mahasiswa UNIMUS*. *Jurnal.Unimun.Ac.Id*, 401.

- Hidayati, M. (2018). *Kepuasan Mahasiswa dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan terhadap Komunikasi Word of Mouth (WOM)*. *Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang*, 26.
- J, Supranto. (2001). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Kusumajaya, R. A., & Rivai, A. R. (2019). *Pengaruh Citra Lembaga dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Komitmen Relasional serta Dampaknya pada Positive Word of Mouth*. *Jurnal Manajemen*.
- Lupiyando, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Language.
- Merta Jaya, M. L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (Teori, Penerapan Nyata)*. Yogyakarta: Quadrat.
- Putra, K. M., & Putra, K. M. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa, Citra, dan Positive Word of Mouth Politeknik Negeri Bali*. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 90, 91.
- Pratama, M. R. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa melalui Word of Mouth (WOM)*. *Jurnal Ilmiah Garuda Kemendikbud*.
- Ratnasari, I. (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Mahasiswa yang Berdampak pada Word of Mouth (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Singaperbangsa Karawang)*. *Journal of Management and Business*.
- Rukayat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kuantitatif: Quantitative Research Approach*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sanaky, M. M., Saleh, L. M., & Titaley, H. D. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah*. *Jurnal Simetrik*, 433.
- Setiawan, R. B., & Prastanto, S. (2021). *Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa dan Word of Mouth*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 529.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Samsu. (2017). *Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development*. (Rusmini, Penyunt.) Pusaka Jambi.
- Santoso, S. (2010). *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sasongko, S. R. (2021). *Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 106.
- Setiawan, N. B., & Prastanto, S. (2021). *Kualitas Layanan, Kepuasan Mahasiswa dan Word of Mouth*. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Sopiatin, P. (2010). *Manajemen Belajar Berbasis Kepuasan Mahasiswa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Subandi, & Tarigan, L. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan yang Dimediasi Kepuasan Mahasiswa*. Optimal.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Baru Pres.
- Supartini, S., & Lutfi. (2020). *Model Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth Komitmen Relasional dan Kepuasan Mahasiswa sebagai Variabel Intervening*. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT)*.
- Syafaat, Arifin, R., & Rahmat, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Kompetensi Dosen terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Islam Malang*. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Tulak, E. O. (2022). *Pengaruh Arus Kas Operasi dan Laba Akuntansi terhadap Return Saham pada Perusahaan Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Samarinda.
- Umar, H. (2019). *Metode Riset Manajemen Perusahaan: Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Valentama, D. W., Eliyusnadi, & Khairi, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Word of Mouth (WOM) melalui Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Kota Sungai Penuh*. *JAN Maha*, 70.
- Widyastuti. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Mahasiswa Universitas Tama Jagakarsa*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.