

DOI: <https://doi.org/10.38035/jgia.v2i1>

Received: 05 Maret 2024, Revised: 14 Maret 2024, Publish: 24 Maret 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Winaya Mukti Bandung)

M. Millah Irsyaddin¹, Agus Mulyana², Suryaman³

¹Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, febunwim@gmail.com

²Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, amalagusmulyana@gmail.com

³Universitas Winaya Mukti, Jawa Barat, Indonesia, apip.suryaman@yahoo.com

Corresponding Author: amalagusmulyana@gmail.com²

Abstract: *This study aims to identify: (1) Service Quality for Master of Management students at the Faculty of Economics and Business, Winaya Mukti University; (2) Institutional Image of the Faculty of Economics and Business, Winaya Mukti University; (3) Customer Satisfaction of Master of Management students at the Faculty of Economics and Business, Winaya Mukti University; and (4) the extent of the influence of Service Quality and Institutional Image on Customer Satisfaction of Master of Management students, both simultaneously and partially. The research method used is descriptive verification with Path Analysis. The sample size, calculated using Slovin's formula, resulted in 46 respondents. The research findings indicate that Service Quality is categorized as very good, Institutional Image is very good, and Customer Satisfaction is also rated as very good. The analysis results reveal that Institutional Image has a partial effect on customer satisfaction, whereas Service Quality does not significantly impact customer satisfaction. Since Institutional Image has a more dominant influence on customer satisfaction, efforts should be made to further enhance institutional image to improve student satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Institutional Image, and Customer Satisfaction.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: (1) Kualitas Pelayanan Mahasiswa Magister Manajemen S2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti; (2) Citra Institusional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti; (3) Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Magister Manajemen S2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti; dan (4) besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Institusional terhadap Kepuasan Pelanggan Mahasiswa Magister Manajemen S2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan uji analisis Jalur (Path Analysis). Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh 46 responden. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik, Citra Institusi termasuk dalam kategori sangat baik, dan Kepuasan

Pelanggan termasuk dalam kategori sangat baik. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan termasuk dalam kategori sangat baik, Citra Institusi termasuk dalam kategori sangat baik, dan Kepuasan Pelanggan termasuk dalam kategori sangat baik. bersifat parsial, karena Citra Institusional berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena Citra Institusional lebih dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, maka citra institusional perlu ditingkatkan lebih lanjut untuk meningkatkan kepuasan mahasiswa.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Citra Lembaga dan Kepuasan Pelanggan.

PENDAHULUAN

Berbagai sektor peradaban manusia mengalami perubahan yang mendasar akibat revolusi industri 4.0, termasuk pendidikan. Pendidikan sangat penting bagi perkembangan dan kemajuan generasi mendatang, dan semua pihak harus terlibat dalam peningkatannya. Regulasi yang efektif diperlukan untuk masa depan, guna meningkatkan kualitas pendidikan dan pengajaran. Di zaman modern ini, akibat revolusi industri 4.0, lembaga pendidikan dasar dan menengah harus mengevaluasi kembali dan meningkatkan program pendidikannya untuk semua bidang pelajaran, menurut (Samuel Benny Dito , 2021), Oleh karena itu, kurikulum, teknologi pendidikan, dan aspek terkait lainnya harus relevan dengan zaman saat ini untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Revolusi industri 4.0 telah berdampak besar pada perguruan tinggi. Dalam upayanya untuk mendapatkan pengakuan, perguruan tinggi kini bersaing satu sama lain (Arindam Roy, 2019).

Penting bagi perguruan tinggi untuk mengetahui cara menarik minat mahasiswa. Namun, keberhasilan pendidikan tinggi yang sesungguhnya terletak pada pemenuhan kebutuhan seluruh civitas akademika, termasuk dosen. Dalam dunia perguruan tinggi yang sangat kompetitif, penelitian tentang kepuasan akademisi dan kepuasan mahasiswa merupakan bidang studi yang sangat penting (Roy et al., 2019; Dito & Pujiastuti , 2021). Mahasiswa yang meninggalkan perguruan tinggi dengan tingkat kepuasan yang tinggi merupakan aset bagi lembaga. Mereka tidak hanya dapat memberikan manfaat nyata atau abstrak bagi universitas berdasarkan kepuasan mereka terhadap fasilitas atau perkembangan pendidikan, berbicara positif tentang perguruan tinggi, dan membantu menumbuhkan loyalitas pada orang lain. Mahasiswa yang bahagia dan berdedikasi juga dapat menciptakan citra yang baik bagi lembaga (Dwinanto Priyo Susetyo . Eka Pranajaya , 2022).

Menurut Undang-Undang Pendidikan Tinggi Nomor 12 Tahun 2012, Pasal 56: Perguruan tinggi menyelenggarakan pendidikan tinggi berdasarkan pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang berkeadilan dan berbudaya. dan Pasal 57 Perguruan tinggi berfungsi sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni serta pusat pengabdian kepada masyarakat. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 49 Tahun 2014 tentang pedoman pendidikan vokasi pada pendidikan tinggi: Jika perguruan tinggi manajemen bisnis di Indonesia juga menyelenggarakan program vokasi, maka peraturan ini mengatur pedoman penyelenggaraan pendidikan vokasi pada pendidikan tinggi. Undang-Undang ini menekankan pentingnya akreditasi dan standar mutu pada pendidikan tinggi bidang ilmu manajemen dan bisnis.

Tulisan ini membahas tantangan yang dihadapi masyarakat di era globalisasi dan reformasi, menekankan pentingnya peningkatan pengetahuan di bidang sains dan teknologi untuk menjawab tantangan tersebut. Tulisan ini juga menyoroti peran pemerintah Jawa Barat dalam memajukan pembangunan pendidikan. Lembaga pendidikan AIN didirikan pada tahun 1967 di bawah pemerintahan provinsi Jawa Barat dan mengalami beberapa kali transformasi, hingga akhirnya menjadi Fakultas Ekonomi di Universitas Winaya Mukti. Berbagai program akademik diperkenalkan, dan lembaga tersebut menjadi tanggung jawab Gubernur Jawa Barat.

UNWIM. Hal ini memberikan gambaran yang lebih jelas tentang tingkat kepuasan mahasiswa dan potensi masalah yang mungkin timbul.

Tabel 1.1. Pernyataan Mahasiswa (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNWIM terhadap FEB UNWIM

Pernyataan	STS 1	Bab 2	Kelas 3	N 4	S 5	Kelas 6	SSS 7
Keandalan layanan yang diberikan oleh FEB UNWIM dengan memuaskan					31,80%	31,80%	36,40%
Reputasi FEB UNWIM di lingkungan Anda baik					13,60%	40,90%	45,50%
FEB UNWIM cocok untuk di rekomendasikan kepada kerabat/orang di lingkungan anda bila ingin kuliah					4,50%	31,80%	63,60%
Keterampilan dan keprofesionalan staf sudah baik					13,60%	36,40%	50%
Kredibilitas FEB UNWIM Baik					13,60%	27,30%	59,10%
pelayanan yang diberikan FEB UNWIM memuaskan anda					4,50%	27,30%	68,20%
interkasi staf atau pun pengajar di FEB UNWIM memuaskan Anda					9,10%	13,60%	77,30%
Kualitas pelayanan terhadap persepsi harga FEB UNWIM sudah sesuai					4,50%	22,70%	72,70%
FEB UNWIM dalam hal Integritas sudah baik					4,50%	36,40%	59,10%
Persepsi Anda terhadap transparansi dalam penetapan harga sudah baik					13,60%	27,30%	59,10%
kesan anda tentang kepercayaan terhadap FEB UNWIM itu baik					4,50%	36,40%	59,10%
pengalaman anda dengan FEB UNWIM itu baik					4,50%	40,90%	54,50%
Keandalan dalam memberikan dukungan atau bantuan kepada Anda itu baik					9,10%	27,30%	63,60%
fitur-fitur dan kinerja layanan di FEB UNWIM baik					13,60%	22,70%	63,60%
Layanan staf atau pengajar di FEB UNWIM selalu tepat waktu					9,10%	40,90%	50%
Pelayanan di FEB UNWIM konsisten dan selalu dapat diandalkan					4,50%	40,90%	54,50%
Pelayanan di FEB UNWIM sesuai dengan yang Anda harapkan					18,20%	27,30%	54,50%
					4,50%	45,50%	45,50%

Kondisi fisik dari fasilitas yang disediakan oleh FEB UNWIM sudah baik				4,50 %			
layanan FEB UNWIM sudah effesien					9,10%	36,40%	54,50%
layanan FEB UNWIM baik staf ataupun pengajar memiliki respon yang cepat	4,50%			18,20 %	77,30%		
kemudahan akses, pengguna, dan transaksi di FEB UNWIM itu baik	4,50%		9,10 %	4,50 %	81,80%		

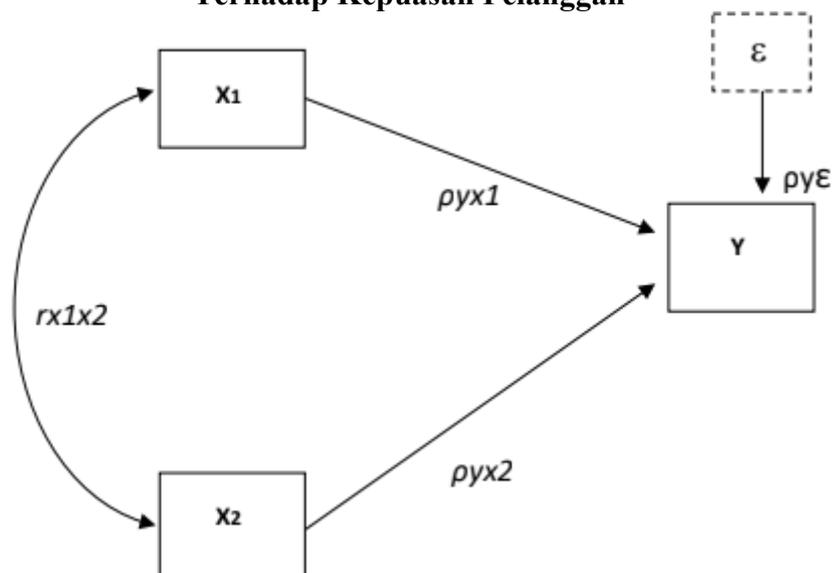
Hasil survei kepuasan dan persepsi mahasiswa Program Magister 2022 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti menunjukkan pandangan yang berbeda-beda terhadap berbagai aspek layanan dan reputasi institusi. Meskipun sebagian besar mahasiswa merasa puas dengan layanan yang diberikan, ada juga yang merasa tidak puas dengan layanan yang diberikan. area yang memerlukan perbaikan, terutama tingkat rekomendasi, fasilitas fisik, dan respons tepat waktu terhadap layanan. Secara keseluruhan, survei menunjukkan perlunya lembaga untuk mempertimbangkan langkah-langkah guna meningkatkan kualitas layanan dan reputasi di antara calon mahasiswa dan masyarakat umum.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dikemukakan, maka perlu dilakukan penelitian mendalam mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga terhadap Kepuasan Nasabah”.

METODE

Analisis jalur merupakan salah satu teknik analisis statistika yang dikembangkan dari analisis regresi berganda. Analisis jalur termasuk dalam analisis multivariat karena melibatkan lebih dari dua variabel. Tujuan dari analisis jalur adalah untuk mengetahui hubungan struktural berbagai variabel eksogen (independen) dan variabel endogen (dependen) serta besarnya pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung serta pengaruh total dari model yang dibangun dalam penelitian (Trianto, 2015). Diagram skematik struktur jalur ditunjukkan pada Gambar 1.2 berikut ini:

Gambar 1.2 Diagram Struktur Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Lembaga Terhadap Kepuasan Pelanggan



Di mana:

1. X 1 : Kualitas Pelayanan
 2. X 2 : Citra Lembaga
 3. Y : Kepuasan Pelanggan
 4. Σ : Faktor lain yang mempengaruhi Y, selain X, X2 dan X3.
 5. r_{x1x2} = Korelasi antara variabel X1 dan X2
 6. ρ_{yx1} = Koefisien jalur pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y
 7. ρ_{yx2} = Koefisien jalur pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y
- $\rho_{y\varepsilon}$ = Koefisien jalur pengaruh variabel ε (variabel lain yang tidak diteliti/diamati dalam penelitian ini) terhadap variabel Y

Uji Instrumen Penelitian

1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui konsistensi dan keakuratan data yang terkumpul dari penggunaan instrumen kuesioner, maka dilakukan uji validitas dengan menggunakan korelasi momen Pearson, sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X \Sigma Y)}{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor Item

Y = Skor total item

N = Jumlah sampel

Suatu item dikatakan valid apabila r hitung > r tabel (Sugiyono , 2018)

2) Uji keandalan

Uji reliabilitas merupakan uji keandalan yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya. Reliabilitas berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur bersifat konsisten. Apabila pengukuran dilakukan secara berulang-ulang pada sampel yang berbeda. Apabila suatu alat ukur digunakan secara berulang-ulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap reliabel. Sebaliknya apabila suatu alat ukur digunakan secara berulang-ulang dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten, maka alat ukur tersebut dianggap tidak reliabel. Sugiyono (2015:196), menjelaskan “reliabilitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau handal”.

Untuk menguji reliabilitas instrumen menggunakan rumus Spearman Brown (Sugiyono , 2015:197) :

$$r_i = \frac{2rb}{1 + r_b}$$

Keterangan:

r_i = Nilai reliabilitas keseluruhan instrumen

r_b = Nilai korelasi momen produk

Apabila variabel yang diteliti mempunyai cronbach's alpha > 0,6 maka variabel tersebut dikatakan reliabel, sebaliknya cronbach's alpha < 0,6 maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak. Jika data tidak normal, maka teknik statistik parametrik tidak dapat digunakan sebagai alat analisis. Oleh karena itu, sebelum peneliti menggunakan teknik statistik parametrik sebagai analisisnya, peneliti harus membuktikan terlebih dahulu apakah data yang akan dianalisis berdistribusi normal atau tidak. Suatu data yang membentuk distribusi normal jika jumlah data di atas dan di bawah rata-rata sama, begitu pula simpangan bakunya.

Rumus yang digunakan dalam melakukan uji normalitas adalah sebagai berikut :

$$z = \left(\frac{xi - x}{S} \right)$$

Keterangan:

Z = deviasi standar untuk kurva normal standar

xi = data pertama dari suatu grup data

x = rata-rata kelompok

s = simpangan baku

4) Uji Linearitas

Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data sesuai dengan garis linear atau tidak. Jika nilai signifikansi deviasi dari linearitas > 0,05, maka dikatakan hubungan antar variabel bersifat linear (Ghozali , 2011).

Hipotesa

Pengujian hipotesis adalah cara menguji apakah pernyataan yang dihasilkan dari kerangka teoritis yang berlaku telah melalui pemeriksaan yang ketat (Sekaran & Bougie, 2016).

Perumusan hipotesis operasional simultan:

Ho : $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} = 0$, Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra lembaga terhadap kepuasan pelanggan.

Hai : $\rho_{YX1} = \rho_{YX2} = 0$, Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra institusi terhadap kepuasan pelanggan

Kriteria Keputusan:

Tolak Ho jika $F_{hitung} \geq F_{tabel (0, 05)(nk-1)}$

Terima Ho jika $F_{hitung} < F_{tabel (0, 05)(nk-1)}$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perhitungan analisis statistik dilakukan dengan memasukkan angka pada setiap variabel, diperoleh hasil seperti pada tabel 4.50 berikut ini:

Tabel 1.2. Matriks Korelasi Antar Sub Variabel

Korelasi				
		Kualitas Pelayanan	Citra Institusi	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Korelasi Pearson		0,917	0,901
	Sig. (2-ekor)		0.000	0.000
	N		46	46
Citra Institusi	Korelasi Pearson	0,917		0,968
	Sig. (2-ekor)	0.000		0.000
	N	46		46
Kepuasan Pelanggan	Korelasi Pearson	0,901	0,968	
	Sig. (2-ekor)	0.000	0.000	
	N	46	46	

** . Korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed).

Sumber : Hasil Pengolahan Statistik Program SPSS

Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan matrik korelasi dan matrik invers dapat dihitung koefisien jalur, pengaruh keseluruhan X1 terhadap X2, dan koefisien jalur variabel lain di luar variabel X1 terhadap X2.

Tabel 1.3 Besarnya Koefisien Jalur

Koefisien jalur X ₁ terhadap Y	cangkir ₁	0,084
Koefisien jalur X ₂ terhadap Y	piala ₂	0,892

Hasil perhitungan koefisien determinasi berganda (R^2 Koefisien korelasi ($R_{Y.X1, X2}$), koefisien determinasi variabel lain terhadap Y ($P^2 \dots y \epsilon$), dan koefisien jalur variabel lainnya terhadap Y ($P y \epsilon$), secara rinci ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.4 Besarnya Koefisien Determinasi Berganda dan Koefisien Jalur Variabel Lainnya

Koefisien Determinasi Multiple (R ²)	$R^2_{Y.X1, X2}$	0,939
Koefisien determinasi Var. Lain Terhadap Y	Halaman ² dan ϵ	0,061

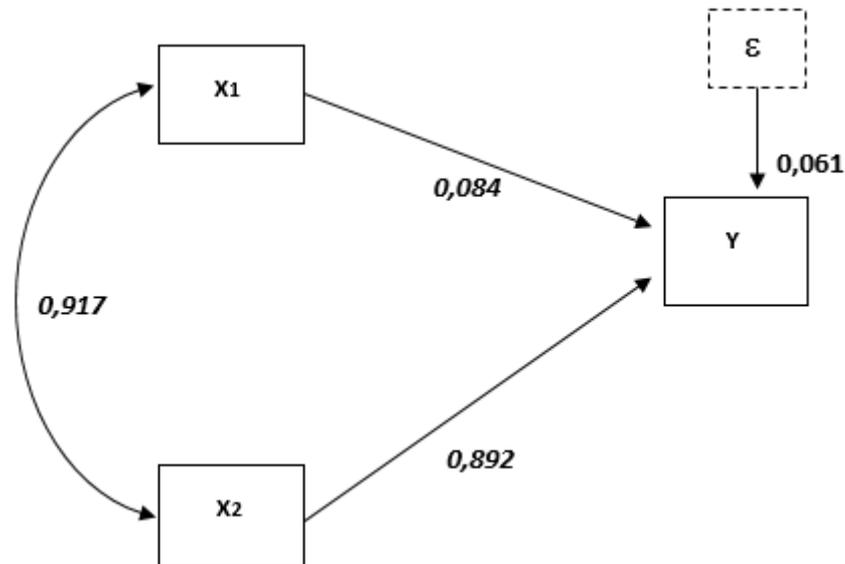
Artinya pengaruh variabel X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap variabel Y adalah sebesar 0,939 atau 93,9% Akan tetapi variabel X2 lebih dominan mempengaruhi Y secara langsung sebesar 0,892 atau 89,2% sedangkan X1 hanya sebesar 0,084 atau 8,4% terhadap Y dan sisanya sebesar 0,061 atau 6,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Berdasarkan kerangka teori bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara citra institusi terhadap kepuasan nasabah tetapi tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, mahasiswa program studi magister manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti, pengujian ini digunakan untuk mengetahui atau menguji pengaruh masing-masing variabel bebas seperti pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.5. Pengujian Koefisien Jalur

Variabel	Koef.Jalur	Kesimpulan
P_{YX1}	0,084	Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan .
P_{YX2}	0,892	Ada disana Pengaruh lebih positif besar terhadap kepuasan pelanggan .

Berdasarkan hasil perhitungan nilai koefisien jalur variabel X1, dan X2 terhadap Y yang diperoleh dengan menggunakan program SPSS 17 for windows, maka secara konseptual dapat dijelaskan bahwa aspek kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung terhadap kepuasan pelanggan sedangkan citra lembaga berpengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan. Diagram hubungan kausalitas variabel X terhadap Y secara lengkap adalah sebagai berikut:

Gambar 1.2. Diagram Jalur Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Citra Lembaga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)



Parameter struktur di atas, maka pengaruh variabel penyebab terhadap variabel Citra Institusi memiliki pengaruh dominan terhadap Kepuasan Pelanggan kemudian kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, dapat diungkap bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.6. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menafsirkan Analisis Jalur				
Ket		Perhitungan	Pengaruh	%
X1	Pengaruh Langsung ke Y	0,084 ²	0,0070	0,70
	Pengaruh tidak langsung melalui X2 ke Y	Ukuran 0,084x0,892x0,917	0,0687	6,87
Jumlah Total Pengaruh			0,0757	7,57

Pada tabel di atas dapat dilihat pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 7,57%, pengaruh tidak langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan melalui citra lembaga sebesar 6,87%. Total pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti sebesar 7,57%, kualitas pelayanan berpengaruh sangat kecil sehingga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti.

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa pengaruh citra institusi terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.7. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Citra Institusional terhadap Kepuasan Pelanggan

Menafsirkan Analisis Jalur				
Ket		Perhitungan	Pengaruh	%
X2	Pengaruh Langsung ke Y	0,892 ²	0,7956	79,57
	Pengaruh tidak langsung melalui X1 ke Y	Ukuran 0,084x0,892x0,917	0,0687	6,87
Jumlah Total Pengaruh			0,8637	86,37

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh langsung citra institusi terhadap kepuasan mahasiswa sebesar 79,57%, sedangkan pengaruh tidak langsung citra institusi terhadap kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan sebesar 6,87%. Total pengaruh citra institusi terhadap kepuasan nasabah mahasiswa magister manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti sebesar 86,37% dengan arah positif dan signifikan, dimana semakin baik citra institusi yang diberikan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan Mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra institusi terhadap kepuasan pelanggan, mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti berdasarkan tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik, dan terdapat indikator yang berada di atas skor rata-rata pada rekapitulasi kualitas pelayanan seperti, Penampilan fisik staf akademik termasuk dosen staf administrasi sangat baik, Penyampaian materi pembelajaran dan penilaian pada seluruh mata kuliah sangat baik, Kecepatan dan kualitas respon staf akademik terhadap pertanyaan yang terkait dengan materi pokok atau administrasi sangat baik, Program studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti merespon kebutuhan mahasiswa dengan menyediakan berbagai pilihan mata kuliah dan fleksibilitas dalam memenuhi persyaratan program studi, Kemampuan dosen dalam memberikan bimbingan dan dukungan akademik kepada mahasiswa serta memberikan keyakinan terhadap kualitas pengajaran, Program studi menerapkan standar akademik yang ketat, termasuk evaluasi berkala terhadap kurikulum dan metode pengajaran, Fasilitas pendukung yang disediakan oleh institusi, termasuk kemudahan akses dan ketersediaan yang memadai dalam mendukung kegiatan akademik dan penelitian, Kemampuan program studi dan staf dalam memahami dan merespon kebutuhan individu mahasiswa, baik secara akademik maupun nonakademik, Ketersediaan staf memberikan bimbingan pribadi kepada mahasiswa terkait perkembangan akademis, Kemampuan staf program dan dosen berkomunikasi secara empatik dengan mahasiswa, menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi dan akademis, namun ada beberapa indikator yang masih berada di bawah skor rata-rata.
2. Citra institusi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti berdasarkan tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik, dan terdapat indikator yang berada di atas skor rata-rata pada rekapitulasi Citra Institusi seperti Penilaian reputasi program Magister Manajemen (S2) FEB UNWIM di lingkungan mahasiswa sangat baik, Program studi mengikuti tren terkini dalam industri manajemen dan mempersiapkan mahasiswa untuk tantangan masa depan, Kualitas layanan yang diberikan oleh staf administrasi kepada mahasiswa, termasuk kemampuan mereka untuk menangani pertanyaan dan permintaan secara efisien, Biaya program Magister Manajemen FEB UNWIM sebanding dengan manfaat yang diperoleh mahasiswa dari program tersebut, termasuk kemajuan karir dan pengembangan pribadi, Ketersediaan program studi untuk mata kuliah, dan spesialisasi yang beragam untuk memenuhi kebutuhan dan minat mahasiswa yang berbeda-beda, Program studi diakui dan diakreditasi oleh badan akreditasi yang diakui secara nasional atau internasional, Reputasi dan kredibilitas fakultas dan staf akademik program studi sangat baik, tetapi masih ada indikator yang berada di bawah skor rata-rata.
3. Kepuasan Pelanggan/Mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti berdasarkan tanggapan responden secara keseluruhan berada pada kategori sangat baik dan terdapat indikator yang berada di atas nilai rata-rata dalam

rekapitulasi kepuasan pelanggan seperti Kurikulum program Magister Manajemen (S2) FEB UNWIM memenuhi atau melampaui harapan mahasiswa mengenai materi pembelajaran dan kompetensi yang akan diperoleh, Kualitas pengajaran dan bimbingan dosen memenuhi atau melampaui harapan mahasiswa mengenai interaksi, pendampingan, dan daya tanggap, Program Magister Manajemen (S2) FEB UNWIM memberikan pengalaman praktik yang dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap penerapan praktis dari konsep teori yang dipelajari, Kualitas proyek penelitian dan tugas yang memungkinkan mahasiswa menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dalam situasi nyata, Pengalaman pendidikan, termasuk aspek akademik dan nonakademik, yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa secara keseluruhan terhadap program studi, Kepuasan mahasiswa terhadap dukungan akademik yang diberikan oleh fakultas dan staf program studi, termasuk bimbingan akademik dan karir, Program studi membantu mahasiswa dalam mencapai tujuan pribadi dan profesional, Dampak baik dari program studi magister manajemen (S2) FEB UNWIM terhadap kesejahteraan emosional mahasiswa, Meskipun ada beberapa indikator yang nilainya di bawah skor rata-rata, termasuk kepercayaan diri, kepuasan, dan kebahagiaan yang dirasakan selama masa studi, masih ada indikator yang nilainya di bawah skor rata-rata.

4. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa penelitian ini bersifat persial karena citra lembaga mempunyai pengaruh dominan lebih besar daripada kualitas pelayanan sehingga citra lembaga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Mahasiswa Magister Manajemen (S2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Winaya Mukti.

REFERENSI

- Aditama, RA (2020). Pengantar Manajemen. Dalam *Pengantar Manajemen teori dan aplikasi* (hal. 10). Penerbitan AE.
- Arindam Roy, MP (2019). Kemajuan terkini dalam rekonstruksi paleowarna amniota dan kerangka kerja untuk penelitian di masa mendatang. *Cambridge Philosophical Society*.
- Aris Ariyanto, RB (2023). Manajemen Pemasaran. Dalam *Manajemen Pemasaran* (hal. 2). Bandung: Widina Media Utama.
- Athar Hameed, MG (2023). Peran atribusi sumber daya manusia yang baik hati dalam mengurangi stres kerja: temuan empiris dari pasar yang sedang berkembang. *Jurnal Internasional Organisasi Kerja dan Emosi*.
- Chintia Monica, DM (2023). Penelitian Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi. *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK NAGARI CABANG MUARALABUH*, 54.
- Dedek Kurniawan Gultom, MA (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. doi:<https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i2.5290>
- Dedy Ansari Harahap, DA (2020). Pentingnya Citra Universitas Dalam Memilih Studi di Perguruan Tinggi. *Niagawan*, 9 (3), 191-196. doi:[24114/niaga.v9i3.20819](https://doi.org/10.24114/niaga.v9i3.20819)
- Dwinanto Priyo Susetyo, Eka Pranajaya, TS (2022). Kualitas Pelayanan Akademik dan Citra Institusi Sebagai Penentu Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Terapan Formosa*. doi:<https://doi.org/10.55927/fjas.v1i4.1250>
- Elbadiansyah. (2023). Manajemen. Dalam *Pengantar Manajemen* (hlm. 1-2). Publikasikan lebih dalam.
- Elvinaro Ardianto. (2003). Humas Praktis. *Remaja Rosdakarya*, 134.
- Fiqih Maria Rabiatul Hariroh, ES (2022). Analisis Mediasi Kepuasan Mahasiswa Pada Pengaruh Kompetensi Dosen Terhadap Hasil Belajar. *Master Jurnal Manaejmen Strategi Kewirausahaan*. doi:<https://doi.org/10.37366/master.v2i2.295>
- Gilang Pratama Hafidz, i. U. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Kepercayaan Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Herbalife.

- Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi* .
doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v7i1.2912>
- Halim, F. (2021). Manajemen Pemasaran. Dalam *Manajemen Pemasaran* (hal. 78). Yayasan Kita Menulis.
- Heni Rohaeni, NM (2019). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Khatulistiwa Informatika* . doi:<https://dx.doi.org/10.31294/jeco.v2i2.4503>
- Hotima, SH (2021). Pengembangan Umkm Filter Kopi Melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Guna Mempertahankan Citra Institusi. *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu* , 101. doi:<https://doi.org/10.37849/mipi.v4i2.259>
- Hutabarat Tania Br, NZ (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Kartu Kuota Smartfren di Rantauprapat. *Studi Ekonomi dan Manajemen Kuantitatif* . doi:<https://doi.org/10.35877/454RI.qems1808>
- Lovelock, CH (2022). Pemasaran Jasa, Orang, Teknologi, Strategi. Dalam *Pemasaran Jasa*. World Scientific.
- Melati. (2020). Manajemen Pemasaran. Dalam *Manajemen Pemasaran* (hal. 2-4). Publikasikan lebih dalam.
- Miguna Astuti, AR (2020). Manajemen Pemasaran. Dalam *Pengantar Manajemen Pemasaran* (hal. 2). Publikasikan lebih dalam.
- Mujibul Hakim, AM (2022). Pengaruh Penggunaan Media Daring dan Motivasi Belajar Terhadap. *Jurnal Sekretari dan Manajemen* . Diperoleh dari https://d1wqtxs1xzle7.cloudfront.net/68654550/pdf-libre.pdf?1628414532=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPengaruh_Penggunaan_Media_Daring_dan_Mot.pdf&Expires=1697368926&Signature=HOiS0PyX2dHWrk~trOMx5HemJDYLQLWpssifXpg54UPS42-mDLNYU6wdmx
- Okokon Attih, IJ (2023). Isu Pemasaran Jasa: Tinjauan. *Pemasaran jasa* , 1. Diperoleh dari https://www.researchgate.net/profile/Abasiama-Mfon-2/publication/369542918_SERVICE_MARKETING_ISSUES_A_REVIEW_AKSU_JOURNAL_OF_MANAGEMENT_SCIENCES/links/64242bbd66f8522c38e06798/SERVICE-MARKETING-ISSUES-A-REVIEW-AKSU-JOURNAL-OF-MANAGEMENT-SCIENCES.pdf
- Pangandaheng, F. (2019). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PT. HADJI KALLA PALU.
- Prof Dr Husaini Usman, MM (2022). *Manajemen: Teori, Praktik, dan Riset Pendidikan Edisi 4*. Bumi Aksara.
- Ramadhini, N. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Shopee Pada Jasa Pengiriman Barang Sicepat Halu di Jakarta. Diperoleh dari <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/7345>
- Rosady, R. (2003). Manajemen Humas dan Media Komunikasi. PT. Raja Grafindo.
- Samuel Benny Dito, HP (2021). Dampak Revolusi Industri 4.0 Pada Sektor Pendidikan: Kajian Literatur Mengenai Pembelajaran Digital Pada Pendidikan Dasar dan Menengah. *Jurnal Sains Dan Edukasi Sains* , 1.
- St.Aisyah, KK (2021). Dimensi Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Fasilitas dan Layanan Akademik Jurusan PKK FT UNM. *Prosiding Seminar Nasional* . Diambil dari <https://ojs.unm.ac.id/semnaslemlit/article/view/25230>
- Sudarsono, H. (2020). Manajemen Pemasaran. Dalam *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran* (hal. 2). CV. Pustaka Abadi.
- Sujarweni, VW (2014). *Akuntansi Biaya: Teori & Penerapannya*. Pers Pustaka Baru.
- Suprihanto, J. (2018). *Manajemen*. PERS UGM.
- Syah, A. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN. Dalam *MANAJEMEN PEMASARAN KEPUASAN PELANGGAN* (hal. 1). Penerbit Widina.

- Teguh Sukanto, AS (2023). Pengaruh Citra Institusi dan Biaya Pendidikan Terhadap Keputusan Mahasiswa Masuk Institut Teknologi dan Bisnis Trenggalek. *Inisiatif Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen* , 410. doi:<https://doi.org/10.30640/inisiatif.v2i1.580>
- TN Lestiana, FM (2020). Pengaruh Event Marketing dan Citra Universitas terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Universitas Teknologi Sumbawa. *Jurnal Internasional Sains dan Teknologi Riset Inovatif*, 5 (12), 1225-1231.
- Uma Sekaran, RB (2016). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keterampilan*. New York: John Wiley & Sons.
- Vita Nurul Fathya, VV (2022). Kepuasan pelanggan terhadap layanan publik elektronik: Tinjauan pustaka sistematis selama 18 tahun. *Tinjauan Internasional tentang Pemasaran Publik dan Nirlaba* .
- Yaya Ruyatnasih SE MM, LM (2018). Pengantar Manajemen. Dalam *Pengantar Manajemen Teori, Fungsi dan Kasus* (hal. 1). Media Mutlak.