

Analisis peran kualitas relasional pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pendidikan tinggi : Studi kasus Universitas Indonesia

Guido Benny Sunardi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=109903&lokasi=lokal>

Abstrak

Loyalitas pelanggan telah diterima luas sebagai faktor kunci dalam keberhasilan jangka panjang suatu organisasi jasa. Sebagai organisasi yang memiliki misi melayani pendidikan tinggi bagi masyarakat, perguruan tinggi hendaknya melakukan manajemen terhadap loyalitas mahasiswa sebagai pelanggan primernya.

Dalam tulisan ini, penulis menggunakan dan mengembangkan kembali model loyalitas mahasiswa "The Relationship Duality-based Student Loyalty Model" (Model RQSL) yang diperkenalkan oleh Hennig-Thurau, Langer dan Hansen (2001) dengan mengkombinasikan khazanah pengetahuan (body of knowledge) dari pemasaran relasional dalam konteks industri jasa dengan hasil-hasil studi dalam ilmu pendidikan. Model RQSL dikembangkan untuk menguji hipotesis bahwa loyalitas mahasiswa ditentukan oleh dimensi-dimensi kualitas relasional. Model juga memasukkan integrasi mahasiswa ke dalam sistem perguruan tinggi dan komitmen eksternal sebagai faktor turunan (second-order factors). Dalam penelitian ini, model RQSL dikembangkan dalam konteks pendidikan tinggi di Indonesia.

Penulis menguji model ini dengan menggunakan confirmatory factor analysis dan multiple linear regression dari data-data yang didapatkan dari survei yang dilakukan kepada 305 responden mahasiswa pascasarjana dari beberapa fakultas di Universitas Indonesia, secara quota sampling.

Dari semua variabel yang diuji, hasil studi menunjukkan bahwa komitmen emosional kepada institusi, kualitas layanan kurikuler, dan kualitas layanan non kurikuler merupakan faktor yang signifikan dalam mempengaruhi loyalitas mahasiswa untuk berpartisipasi dan merekomendasikan institusi perguruan tinggi beserta produk dan layanannya.