

The Effect of Service Quality (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, & Tangible) and Cost Perception on Satisfaction and Positive Word of Mouth of UKDW Faculty of Medicine Students

Renny Puspita Hardini¹, Singgih Santoso²

^{1,2}*Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Duta Wacana
dr. Wahidin Sudirohusodo 5-25, Yogyakarta, 55224*

Keywords

*service quality,
cost perception,
student satisfaction,
positive word of mouth,
servqual*

Abstract

Improving the standards of higher education services is crucial for attracting and retaining students, particularly at the Faculty of Medicine at UKDW. The objective of this study is to examine how perceptions of cost and service quality (reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles) influence student satisfaction and positive word-of-mouth promotion. This study employs an explanatory design and quantitative methodology. Data analysis was conducted using multiple linear regression and Structural Equation Modeling (SEM), obtained from active students in their second semester or higher via a questionnaire. The results indicate that student satisfaction is significantly influenced by all dimensions of service quality and cost perceptions. Additionally, as a sign of loyalty to the institution, student satisfaction acts as a strong mediating factor in promoting positive word of mouth. These results highlight the importance of implementing cost perception management and service development initiatives based on student needs to enhance the reputation and competitiveness of medical higher education institutions. In conclusion, a positive learning environment and natural institutional promotion depend on high-quality services and reasonable tuition fees.

Abstrak

Peningkatan standar layanan pendidikan tinggi sangat penting untuk menarik dan mempertahankan mahasiswa, terutama di Fakultas Kedokteran UKDW. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana persepsi biaya dan kualitas layanan (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*) memengaruhi kepuasan mahasiswa dan promosi *positive word of mouth*. Penelitian ini menggunakan desain eksplanatori dan metodologi kuantitatif. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dan *Structural Equation Modeling* (SEM), yang diperoleh dari mahasiswa aktif pada semester kedua atau lebih menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh semua dimensi kualitas layanan dan persepsi biaya. Selain itu, sebagai tanda loyalitas terhadap institusi, kepuasan mahasiswa berperan sebagai faktor mediasi yang kuat dalam mendorong promosi *positive word of mouth*. Hasil ini menunjukkan betapa pentingnya menerapkan manajemen persepsi biaya dan inisiatif pengembangan layanan berdasarkan kebutuhan mahasiswa untuk meningkatkan reputasi dan daya saing institusi pendidikan tinggi kedokteran. Kesimpulannya, lingkungan belajar yang positif dan promosi institusi yang alami bergantung pada layanan berkualitas tinggi dan biaya kuliah yang wajar.

Melalui kegiatan non-akademik yang mengembangkan kemampuan lintas disiplin, program ini memberikan kebebasan kepada mahasiswa untuk memilih jalur pembelajaran sesuai dengan minat dan potensi mereka (Tohir, 2020). Tujuan utamanya adalah menghasilkan lulusan yang fleksibel dan siap bergabung dengan dunia kerja di era globalisasi. Supaya meningkatkan kepuasan mahasiswa, institusi harus mengubah standar layanan mereka. Kepuasan mahasiswa merupakan metrik penting untuk menilai kualitas layanan yang diberikan oleh pendidikan tinggi.

Sejumlah unsur akademik dan non-akademik yang memengaruhi pengalaman belajar mahasiswa termasuk dalam kualitas layanan pendidikan. Beberapa dimensi layanan, yaitu *tangible*, *responsiveness*, *reliability*, *empathy*, dan *assurance*, memiliki dampak besar terhadap tingkat kepuasan mahasiswa, menurut penelitian (Maharani et al., 2023). Harapan terhadap layanan di Fakultas Kedokteran meningkat seiring dengan biaya kuliah yang tinggi yang harus dibayar oleh mahasiswa. Kenyamanan fasilitas, kecepatan layanan administratif, dan perhatian fakultas merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan mahasiswa saat mengevaluasi institusi. Loyalitas dan kepuasan mahasiswa dapat terganggu jika biaya dan layanan tidak sejalan.

Penelitian yang menggabungkan kualitas layanan dan biaya pendidikan ke dalam satu model analitis yang komprehensif masih jarang ditemukan, meskipun terdapat beberapa studi yang membahas topik-topik tersebut secara terpisah. Seperti yang ditunjukkan oleh promosi

PENDAHULUAN

Peran strategis dalam menciptakan sumber daya manusia yang unggul dan siap bersaing secara global adalah pendidikan tinggi. Sektor pendidikan tinggi di Indonesia telah berkembang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Namun, kesenjangan dalam akses dan kualitas pendidikan tinggi di berbagai wilayah tetap menjadi masalah utama. Menurut data, hanya 16% siswa yang mengikuti pendidikan tinggi, angka ini jauh lebih rendah dibandingkan dengan tingkat partisipasi di sekolah dasar dan menengah (Faradiba & Nomleni, 2024). Fenomena ini mencerminkan batasan ekonomi, sosial, dan struktural yang memerlukan perhatian yang substansial.

Dalam mengatasi masalah-masalah ini, pemerintah memperkenalkan kebijakan Merdeka Belajar-Kampus Merdeka (MBKM), yang bertujuan untuk membuat pendidikan tinggi lebih fleksibel dan relevan.

positive word of mouth (WOM), loyalitas mahasiswa sebenarnya sangat dipengaruhi oleh pengalaman pendidikan mereka. Pemahaman yang mendalam tentang persepsi mahasiswa merupakan faktor strategis dalam dunia pendidikan kedokteran yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana kepuasan mahasiswa dan promosi *word of mouth* (WOM) di Fakultas Kedokteran UKDW dipengaruhi oleh persepsi terhadap kualitas layanan dan biaya. Diharapkan temuan penelitian ini dapat meningkatkan daya saing secara akademik dan reputasi institusi.

Perkembangan strategi layanan pendidikan yang berorientasi pada mahasiswa telah mendapat manfaat besar dari kontribusi teoretis dan praktis yang diberikan oleh penelitian ini. Dengan menggunakan metode model SERVQUAL dan variabel persepsi biaya, penelitian ini secara teoretis menambah kontribusi pada bidang manajemen kualitas di pendidikan tinggi. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai landasan untuk menciptakan kebijakan yang meningkatkan kualitas layanan dan mengontrol biaya pendidikan secara lebih transparan dan efisien. Diharapkan bahwa UKDW dan institusi serupa lainnya dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk meningkatkan citra publik dan meningkatkan loyalitas mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini merupakan langkah awal dalam mengembangkan pendidikan kedokteran yang kompetitif dan berkelanjutan di Indonesia.

LANDASAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan (SERVQUAL)

Di bidang pendidikan tinggi kedokteran, kualitas layanan sangat penting untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas klien. Karena mahasiswa merupakan konsumen utama layanan pendidikan dalam konteks ini, legitimasi institusi tercermin dari kualitas layanannya. Menurut penelitian, promosi positif dan kepuasan mahasiswa dapat didorong oleh kualitas layanan yang konsisten (Tufail, 2018). Efektivitas dan efisiensi sangat penting dalam institusi pendidikan, terutama yang bersifat non-profit, menurut *Total Quality Service* (TQS). Kualitas layanan harus menjadi bagian utama dalam strategi institusi pendidikan tinggi untuk memperoleh keunggulan kompetitif (Tufail, 2018).

Parasuraman et al. (1985) mengembangkan Model SERVQUAL sebagai respons terhadap permintaan akan alat ukur yang komprehensif untuk mengukur kualitas layanan. Menggunakan lima dimensi seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*, model ini menghitung selisih antara ekspektasi pengguna dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan. Lima dimensi ini dapat digunakan untuk mengevaluasi layanan akademik dan administratif dalam pendidikan kedokteran (Suprihatin & Rofiq, 2023). Institusi dapat secara sistematis mengidentifikasi area layanan yang tidak memenuhi harapan mahasiswa dengan menggunakan SERVQUAL. Hasil evaluasi dapat digunakan sebagai landasan untuk pilihan strategis yang bertujuan meningkatkan kualitas layanan.

Tergantung pada situasi dan ekspektasi mahasiswa, lima dimensi SERVQUAL memiliki implikasi yang bervariasi terhadap kepuasan mahasiswa. Keandalan dan responsivitas telah ditemukan memiliki dampak terbesar dalam meningkatkan kepuasan mahasiswa di Indonesia (Rachmawati & Fitriani, 2023). Konsistensi jadwal, akurasi informasi, dan efisiensi layanan administratif adalah beberapa contoh cara mengevaluasi keandalan layanan. Responsivitas suatu institusi menunjukkan seberapa baik institusi tersebut dapat merespons kebutuhan

mahasiswanya secara tepat waktu. Institusi dapat menciptakan intervensi yang terfokus dengan memahami dan mengevaluasi secara menyeluruh kelima dimensi tersebut.

SERVQUAL merupakan alat yang berguna untuk mengevaluasi dan meningkatkan kualitas layanan di bidang pendidikan kedokteran yang kompleks. Menurut Biben et al. (2018), mahasiswa kedokteran mengharapkan layanan yang andal dan kompeten yang mendukung upaya akademik dan klinis mereka. Faktor utama yang memengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap institusi adalah dimensi keandalan. Selain itu, perhatian, empati, dan kepastian memperkuat hubungan baik antara dosen dan mahasiswa. Dengan menggunakan model ini, institusi dapat menyesuaikan rencana layanan mereka untuk memenuhi kebutuhan spesifik mahasiswa kedokteran.

Salah satu unsur terpenting yang memengaruhi loyalitas dan kepuasan mahasiswa di tengah persaingan antar institusi pendidikan tinggi adalah kualitas layanan. SERVQUAL membantu dalam memprioritaskan peningkatan sesuai dengan harapan pengguna dan mengidentifikasi celah layanan (Lukita et al., 2020). SERVQUAL dapat digunakan untuk evaluasi rutin guna mengidentifikasi dimensi yang memerlukan perbaikan demi menjaga reputasi institusi. Efektivitasnya dalam mendorong peningkatan layanan semakin ditingkatkan ketika dipadukan dengan strategi seperti *Customer Relationship Management* dan *Importance Performance Analysis* (Amatullah, 2023; Slamet & Sukma Nurhidayah, 2023). Oleh karena itu, SERVQUAL sangat penting dalam rencana peningkatan kualitas layanan jangka panjang di pendidikan tinggi kedokteran.

Persepsi Biaya

Penilaian subjektif seorang mahasiswa terhadap pengorbanan finansial yang mereka lakukan untuk mendapatkan layanan pendidikan dikenal sebagai persepsi biaya dalam pendidikan tinggi. Penilaian ini mempertimbangkan unsur-unsur sosial dan psikologis yang memengaruhi persepsi setiap individu, selain jumlah nominal (Arofah, 2018). Kualitas program studi, fasilitas, dan reputasi institusi semuanya mempengaruhi nilai investasi yang berupa pendidikan. Harapan akan hasil jangka panjang, seperti prospek kerja dan status sosial, merupakan bagian dari persepsi biaya dalam konteks pendidikan kedokteran. Oleh karena itu, persepsi biaya perlu dilihat secara multidimensional, bukan sekadar angka (Pamungkas et al., 2024).

Biaya langsung, biaya tidak langsung, *opportunity cost*, dan *perceived value* merupakan empat faktor utama yang membentuk persepsi biaya. Biaya kuliah, praktikum, dan biaya administrasi merupakan contoh biaya langsung, sedangkan persyaratan pembelajaran lainnya, akomodasi, dan transportasi merupakan contoh biaya tidak langsung. Pengorbanan waktu atau peluang kerja selama masa pendidikan kedokteran yang panjang mengakibatkan *opportunity cost*. Sementara itu, perbandingan antara biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diperoleh tercermin dalam *perceived value* (Efendi & Pradiani, 2023). Institusi dapat menciptakan kebijakan biaya dan strategi komunikasi yang lebih efektif dengan memahami empat faktor ini dengan lebih baik.

Tiga teori utama yang mendasari pemahaman tentang persepsi biaya adalah *Expectancy-Value Theory* (EVT), *Behavioral Economics*, dan *Theory of Planned Behavior* (TPB). EVT menekankan bahwa jika mahasiswa menganggap imbalan akademik dan profesional yang

diperoleh signifikan, mereka akan menganggap biaya tersebut wajar (Ifada et al., 2024). Bagaimana bias kognitif seperti *anchoring* dan *loss aversion* memengaruhi penilaian mahasiswa terhadap keadilan biaya dijelaskan oleh *Behavioral Economics* (Suherman et al., 2022). Menurut TPB, kesediaan mahasiswa untuk membayar pendidikan mereka dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap pengeluaran, kontrol perilaku, dan persepsi sosial (Juniarto et al., 2022). Kompleksitas persepsi biaya dan hubungannya yang tak terpisahkan dengan kondisi sosial dan psikologis didukung lebih lanjut oleh ketiga teori ini.

Beban finansial, nilai tambah jangka panjang, dan pilihan pekerjaan yang tersedia merupakan faktor-faktor yang memengaruhi persepsi biaya dalam pendidikan kedokteran. Jika kualitas pendidikan dan prospek kerja baik, mahasiswa lebih bersedia membayar biaya kuliah yang tinggi karena mereka umumnya melihat pendidikan kedokteran sebagai investasi (Munthe & Dwirandra, 2021). Namun, reputasi institusi dan latar belakang ekonomi terus memengaruhi pandangan ini (Pratiwi & Pangestuti, 2021). Pendapat positif mahasiswa dapat diperkuat melalui komunikasi terbuka dan bantuan keuangan berupa beasiswa. Akibatnya, pendidikan kedokteran harus menyesuaikan rencana komunikasi dan keuangan mereka dengan harapan dan pandangan mahasiswa.

Persepsi biaya yang positif dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa dan menumbuhkan rasa komitmen terhadap institusi. Mahasiswa lebih cenderung mempromosikan sesuatu secara positif (*word of mouth*) jika keuntungan dianggap setara atau lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan (Febriani & Tiorida, 2019). Ketidakpuasan dapat timbul akibat ketidakcocokan antara ekspektasi dan kualitas layanan, terutama jika biaya dianggap tidak proporsional (Hasibuan & Sutrisno, 2017). Efisiensi digital dan *e-learning* adalah contoh inovasi yang dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan *perceived value* dan mengurangi keluhan tentang biaya (Wahid et al., 2024). Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan jangka panjang dan daya saing, institusi pendidikan tinggi harus menjadikan manajemen persepsi biaya sebagai bagian penting dalam strateginya.

Kepuasan Mahasiswa

Keadaan psikologis yang dikenal sebagai kepuasan konsumen muncul ketika pengalaman konsumen dengan suatu layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Menurut Nugeroho et al. (2023), kepuasan mahasiswa di pendidikan tinggi, terutama di bidang kedokteran, merupakan ukuran seberapa baik kebutuhan akademis, emosional, dan profesional mereka terpenuhi. Loyalitas mahasiswa dan kecenderungan mereka untuk merekomendasikan institusi sangat dipengaruhi oleh tingkat kepuasan ini. Model SERVQUAL merupakan alat yang berguna untuk menilai lima dimensi layanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* (Parasuraman et al., 1985). Selain tetap terdaftar, mahasiswa yang puas berperan sebagai duta institusi dengan merekomendasikan calon mahasiswa ke institusi tersebut (Mulyono et al., 2024).

Persepsi biaya, yang mencakup pandangan mahasiswa tentang nilai dari pengeluaran mereka, merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan. Kepuasan konsumen cenderung meningkat ketika harga dianggap sesuai dengan kualitas layanan (Mulyono et al., 2024). Di sisi lain, ketidakseimbangan antara pengeluaran dan manfaat dapat menyebabkan ketidakpuasan dan merusak kepercayaan mahasiswa terhadap institusi (Joyosumo & Suriyanto, 2024). Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan kualitas layanan dengan harapan

mahasiswa guna mempertahankan persepsi biaya yang positif. Hal ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan sama pentingnya dengan harga dalam menentukan kepuasan.

Word of Mouth (WOM) yang positif dan tindakan advokasi lainnya dapat sangat dipengaruhi oleh kepuasan mahasiswa. Menurut Sitorus & Nurhayani (2023), mahasiswa yang puas lebih cenderung menceritakan pengalaman positif mereka kepada calon mahasiswa secara langsung maupun *online*. Selain itu, aspek emosional dari kepuasan sangat penting untuk membangun loyalitas dan meningkatkan reputasi institusi. Karena posisi mahasiswa sebagai pemimpin opini, WOM merupakan alat promosi yang sangat kuat dalam konteks pendidikan kedokteran. Oleh karena itu, strategi penting untuk meningkatkan reputasi institusi adalah mengelola kepuasan mahasiswa secara holistik.

Karena beban akademik yang berat dan biaya pendidikan yang tinggi, mahasiswa kedokteran lebih peka terhadap kualitas layanan. Model SERVQUAL harus diterapkan secara kontekstual, dengan fokus pada elemen-elemen yang berguna seperti laboratorium, rumah sakit pendidikan, dan bimbingan akademik. Kepuasan jangka panjang mereka sangat dipengaruhi oleh keinginan mereka akan layanan yang akurat dan empati. Mahasiswa yang puas dengan pendidikan mereka lebih cenderung berkomitmen pada akademik dan institusi. Seiring dengan itu, kepuasan mahasiswa kedokteran juga memengaruhi sejauh mana mereka siap menghadapi tantangan dalam karier mereka di masa depan (Mulyono et al., 2024).

Loyalitas dan retensi jangka panjang ditentukan oleh kepuasan mahasiswa, yang juga memengaruhi hubungan dalam jangka pendek. Menurut Nugeroho et al. (2023), mahasiswa yang puas lebih cenderung tetap terlibat sebagai alumni, menjadi duta institusi, dan mendukung keberlanjutan reputasi kampus. Oleh karena itu, indikator utama yang digunakan untuk menilai efektivitas institusi pendidikan tinggi seharusnya adalah kepuasan. Fokus pada kepuasan mahasiswa dapat memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi fakultas kedokteran di tengah persaingan global. Supaya meningkatkan kepuasan konsumen dan mempromosikan kesuksesan institusi jangka panjang, strategi layanan yang holistik dan berbasis data sangatlah penting.

Positive Word of Mouth (WOM)

Word of Mouth (WOM) adalah cara informal bagi orang untuk berkomunikasi satu sama lain dan berbagi pengalaman mereka tentang barang atau jasa. Karena WOM dianggap lebih jujur dan dapat dipercaya daripada promosi institusional, hal ini memiliki pengaruh besar terhadap cara calon mahasiswa memandang pendidikan tinggi, terutama di bidang kedokteran (Astana & Sumiasa, 2023). WOM mencerminkan pengalaman nyata mahasiswa dengan fasilitas kampus, interaksi dengan staf, dan layanan akademik. Karena bersifat interpersonal dan non-komersial, jenis komunikasi ini merupakan alat pemasaran yang efektif di industri pendidikan tinggi. Baik *electronic word of mouth* (e-WOM) maupun WOM tradisional sangat kredibel dan memiliki jangkauan audiens yang luas (Widodo et al., 2024).

Persepsi nilai, loyalitas, kualitas layanan, dan kepuasan mahasiswa merupakan beberapa faktor utama yang memengaruhi rekomendasi *word of mouth* yang positif. Mahasiswa cenderung merekomendasikan institusi kepada orang lain ketika mereka puas dengan pengalaman administratif dan akademik mereka (Ifada et al., 2024). Model SERVQUAL, yang mencakup dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*, membantu

menjelaskan bagaimana layanan memengaruhi persepsi mahasiswa. Mahasiswa lebih cenderung menjadi promotor tidak resmi ketika kualitas layanan yang dirasakan lebih tinggi. Selain itu, opini positif tentang biaya pendidikan dan kepercayaan terhadap institusi mendukung kecenderungan untuk melakukan WOM yang konstruktif (Juniarto et al., 2022).

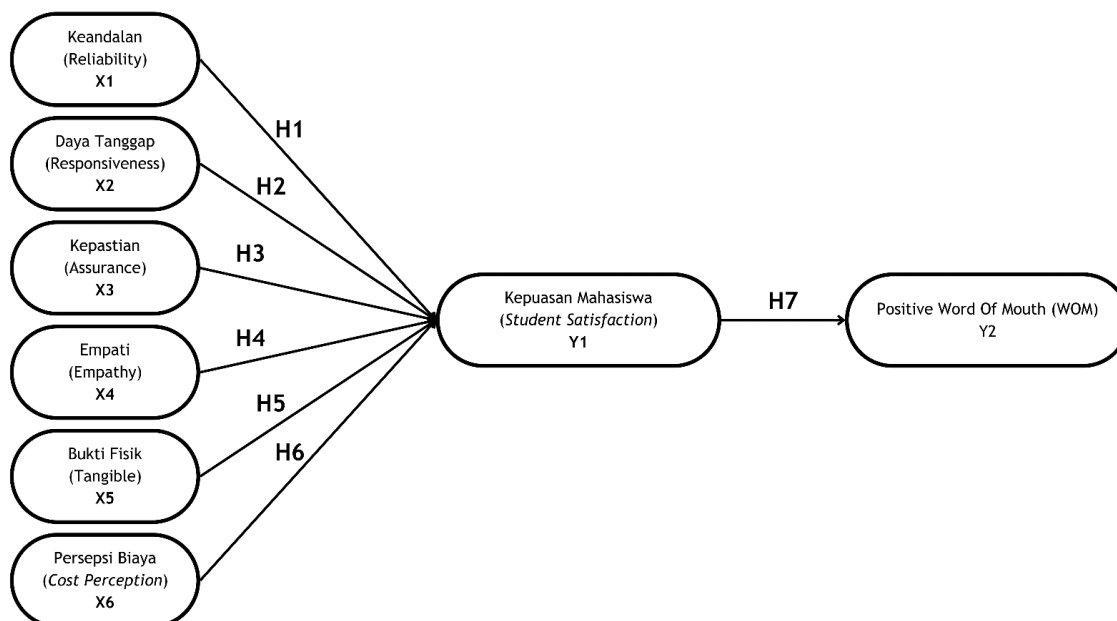
Keterampilan dan reputasi institusi pendidikan tinggi sangat dipengaruhi oleh rekomendasi *word of mouth* (WOM), terutama di tengah persaingan global yang ketat. Orang tua dan calon mahasiswa lebih mempercayai testimoni dari mahasiswa dan alumni daripada iklan resmi universitas (Hudi et al., 2023). Rekomendasi yang didasarkan pada pengalaman nyata berfungsi sebagai bukti sosial, mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan pendidikan. Melalui komunitas akademik dan jaringan alumni, WOM juga memperkuat posisi institusi sebagai pilihan yang dapat diandalkan. Oleh karena itu, untuk memperkuat citra institusi, WOM perlu dikelola dengan baik.

Kepuasan mahasiswa yang berasal dari layanan yang memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka sangat erat kaitannya dengan rekomendasi positif *word of mouth*. *Expectancy-Disconfirmation Theory* menyatakan bahwa jika kinerja layanan memenuhi atau melebihi ekspektasi mahasiswa, mereka akan mempromosikan rekomendasi positif (Hasibuan & Sutrisno, 2017). Namun, menurut *Theory of Planned Behavior*, sikap mahasiswa, norma sosial, dan kontrol perilaku semuanya mempengaruhi niat mereka untuk mempromosikan suatu institusi (Sudianti et al., 2024). Motivasi WOM dipengaruhi oleh penilaian logis terhadap layanan pendidikan dan pengalaman emosional. WOM merupakan perkembangan logis dari pengalaman positif mahasiswa terhadap institusi.

WOM (*Word of Mouth*) merupakan indikator yang kuat untuk mengukur loyalitas mahasiswa, sebagaimana terlihat dari kesediaan mereka untuk secara aktif dan konsisten mempromosikan institusi (Yanti, 2022). Rekomendasi pribadi dari mahasiswa atau alumni memiliki pengaruh besar dalam menarik calon mahasiswa baru di lingkungan pendidikan kedokteran. Melalui situs web, forum *online*, dan media sosial, *Electronic WOM* (e-WOM) memperluas jangkauan komunikasi ini (Faiza et al., 2024). Oleh karena itu, untuk menghasilkan WOM yang kuat, institusi harus meningkatkan kualitas layanan, transparansi biaya, dan interaksi antarindividu. Selain sebagai alat pemasaran, *Word of Mouth* (WOM) yang dikelola dengan baik merupakan strategi untuk meningkatkan reputasi institusi dan membuatnya lebih kompetitif.

Kerangka Penelitian

Kerangka konseptual penelitian ini didasarkan pada data empiris dan tinjauan teoretis yang menunjukkan adanya hubungan antara kepuasan mahasiswa, persepsi biaya, kualitas layanan, dan rekomendasi *Word of Mouth* (WOM) yang positif. Bersama dengan variabel persepsi biaya, model SERVQUAL digunakan untuk menggambarkan dimensi kualitas layanan, seperti *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible* (Parasuraman et al., 1985). Kepuasan mahasiswa diposisikan sebagai variabel mediasi dalam konteks pendidikan kedokteran, menghubungkan faktor-faktor ini dengan *Word of Mouth*. Pendekatan ini memberikan landasan konseptual dan metodologis untuk menganalisis bagaimana variabel independen memengaruhi aktivitas advokasi mahasiswa dan kepuasan mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji seberapa besar setiap variabel memengaruhi kepuasan dan seberapa besar kepuasan tersebut mengarah pada rekomendasi positif untuk institusi.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Sumber : Parasuraman et al. (1985)

Dimensi keandalan model SERVQUAL mengukur kemampuan suatu organisasi untuk memenuhi komitmennya dalam menyediakan layanan yang akurat, tepat waktu, dan konsisten. Di bidang pendidikan tinggi, terutama di institusi pendidikan kedokteran, keandalan sangat penting karena berkaitan dengan harapan mahasiswa terkait stabilitas kurikulum dan sistem akademik. Menurut penelitian, kepercayaan mahasiswa terhadap institusi sebagian besar ditentukan oleh keandalan, yang juga memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan mereka (Nugroho et al., 2022).

H1: *Reliability* (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Dalam pendidikan tinggi, responsivitas merujuk pada kemampuan suatu institusi untuk secara cepat dan efisien menangani tuntutan dan keluhan mahasiswa, terutama di institusi pendidikan kedokteran. Telah dibuktikan bahwa layanan responsif, seperti manajemen yang efektif dan komunikasi yang transparan, meningkatkan kepuasan mahasiswa (Suhada et al., 2024). Oleh karena itu, diyakini bahwa tingkat responsivitas yang tinggi akan secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa (Cahyono et al., 2023).

H2: *Responsiveness* (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Kepercayaan mahasiswa terhadap kemampuan dan keandalan dosen tercermin dalam dimensi *assurance* dalam pendidikan tinggi, terutama di institusi pendidikan kedokteran. Mahasiswa lebih puas dengan institusi ketika mereka percaya pada profesionalisme dan keamanan layanan akademik (Ilmy & Hertati, 2023). Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini adalah bahwa *assurance* secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa (Azahari et al., 2023).

H3: *Assurance* (X3) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Kemampuan suatu institusi untuk memahami dan memberikan perhatian individual kepada setiap mahasiswa tercermin dalam dimensi empati pada model SERVQUAL. Empati telah terbukti secara signifikan dan positif mempengaruhi kepuasan mahasiswa dalam

lingkungan yang sangat interaktif di fakultas kedokteran (Mira et al., 2020). Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan hipotesis bahwa mahasiswa akan lebih puas ketika dosen dan tenaga kependidikan memiliki tingkat empati yang tinggi.

H4: *Empathy* (X4) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Dimensi *tangible* dari model SERVQUAL mencakup aspek-aspek fisik dari layanan, termasuk bangunan, ruang kelas, laboratorium, dan teknologi pendidikan. Penyediaan fasilitas yang memadai sangat penting dalam pendidikan kedokteran karena praktik dan infrastruktur fisik memainkan peran utama dalam proses pembelajaran. Menurut penelitian, variabel material memiliki dampak besar terhadap loyalitas dan kepuasan mahasiswa, sehingga menjadi faktor penting dalam mengevaluasi kualitas layanan pendidikan (Fatmawati & Murfi, 2024).

H5: *Tangible* (X5) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah persepsi biaya, terutama dalam program kedokteran yang memiliki tuntutan finansial yang signifikan. Mahasiswa mengevaluasi tingkat kepuasan mereka dengan mempertimbangkan baik biaya maupun kualitas layanan yang mereka terima (Wahyono & Nuraini, 2019). Menurut penelitian, kepuasan mahasiswa dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh persepsi biaya, yang dapat berkontribusi hingga 70,3% terhadap tingkat kepuasan (Wahyono & Nuraini, 2019).

H6: Persepsi Biaya (X6) berpengaruh terhadap Kepuasan Mahasiswa (Y1).

Loyalitas, yang ditandai dengan sikap positif, ikatan emosional, dan keinginan untuk merekomendasikan institusi, sangat dipengaruhi oleh kepuasan mahasiswa. Mahasiswa yang puas lebih cenderung tetap tinggal, secara aktif mempromosikan kampus, dan tetap terlibat setelah lulus, menurut penelitian yang dilakukan di beberapa institusi di Indonesia (Sudianti et al., 2024). Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa loyalitas mahasiswa terhadap institusi sangat dipengaruhi secara positif oleh tingkat kepuasan mereka.

H7: Kepuasan Mahasiswa (Y1) berpengaruh terhadap Loyalitas Mahasiswa (Y2).

METODE PENELITIAN

Pengaruh persepsi biaya dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa dan rekomendasi positif dari *Word of Mouth* (WOM) diuji dalam penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dan desain survei. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan dan analisis data secara sistematis, objektif, dan dapat diukur (Diputra et al., 2023; Guntari & Halim, 2021). Desain ini sesuai untuk penelitian yang bertujuan menguji hipotesis secara ilmiah dan menggeneralisasi temuan dari sampel ke populasi yang lebih besar (Aprina & Hadi, 2024; Khouridhiya et al., 2024). Teknik ini relevan untuk menyelidiki dinamika kepuasan mahasiswa di institusi pendidikan tinggi karena berfokus pada hubungan kausal antara variabel (Astuti & Solovida, 2023). Oleh karena itu, dalam konteks pendidikan kedokteran, desain survei kuantitatif memberikan dasar yang kokoh untuk mengungkap korelasi antara variabel.

Kuesioner tertutup yang didasarkan pada dimensi SERVQUAL digunakan sebagai alat utama untuk mengumpulkan data. Data primer dari banyak responden dapat dikumpulkan dengan cepat dan efektif berkat kuesioner ini (Azzahra & Nursholehah, 2022; Maulana et al., 2024). Dimensi yang diukur meliputi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan

tangible, serta item yang berkaitan dengan persepsi biaya, kepuasan mahasiswa, dan kecenderungan mereka untuk menyebarkan rekomendasi positif (WOM) (Mira et al., 2020; Noor, 2021). Model kuesioner ini merupakan pendekatan yang layak dan relevan karena telah digunakan secara luas dalam penelitian layanan pendidikan di Indonesia (Agustina et al., 2022; Febinnaqiyya et al., 2024; Solichin et al., 2019). Peneliti dapat mengukur pendapat mahasiswa tentang layanan secara sistematis dan terstruktur dengan desain ini.

Data dikumpulkan dalam satu kali pengambilan sampel pada periode yang telah ditentukan menggunakan desain *cross-sectional*. Menurut Abduh et al. (2023) dan Khouridhiya et al. (2024), strategi ini memungkinkan peneliti untuk mencatat pendapat sebenarnya mahasiswa tentang layanan pendidikan dan dampaknya terhadap loyalitas dan rekomendasi *Word of Mouth*. Dalam konteks dunia nyata, desain *cross-sectional* memungkinkan penyelidikan simultan terhadap korelasi variabel (Maratussholihah et al., 2024; Nurmaidah & Mulyani, 2023). Peneliti dapat menyelidiki dampak langsung dan tidak langsung antara variabel dengan bantuan analisis multivariat, seperti analisis jalur atau regresi linier berganda (Danendra et al., 2024; Fatkhunnajah et al., 2024). Oleh karena itu, dalam penelitian layanan pendidikan tinggi kedokteran, metode ini ideal untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mengevaluasi hipotesis.

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) Yogyakarta, yang dikenal karena sistem layanan berkualitas tinggi dan layanan pendidikan profesionalnya. Lokasi ini dipilih karena kontribusi signifikan UKDW dalam pengembangan tenaga kesehatan terampil dan ketersediaan mahasiswa aktif yang dapat digunakan sebagai peserta penelitian. Keberagaman latar belakang mahasiswa dan kelengkapan fasilitas pendidikan mendukung representativitas dan akurasi data. Fakultas ini dianggap sebagai lingkungan yang sesuai untuk menilai bagaimana persepsi mahasiswa terhadap biaya pendidikan dan kualitas layanan. Penelitian ini, yang mencakup pengembangan instrumen, pengumpulan data berbasis kuesioner, dan analisis data yang mendalam, dilakukan antara November 2024 dan April 2025.

Karena memiliki pengetahuan langsung tentang layanan akademik dan administratif, populasi penelitian ini terdiri dari semua mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Kedokteran Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) Yogyakarta yang telah menyelesaikan setidaknya satu semester (Sukirno & Purwandari, 2019; Triyani et al., 2021). Responden terbaik untuk mengevaluasi kualitas layanan dan persepsi biaya adalah mahasiswa kedokteran yang aktif terlibat dengan lima dimensi SERVQUAL (Lubis et al., 2019; Rachmawati & Fitriani, 2023). Metode *purposive sampling* digunakan dalam proses pengambilan sampel, dengan mempertimbangkan sejauh mana karakteristik responden sesuai dengan tujuan penelitian (Fitriani & Huda, 2020; Sumartini, 2022). Mahasiswa yang telah menyelesaikan satu semester studi dan bersedia mengisi kuesioner termasuk dalam kriteria inklusi, mereka yang tidak memenuhi persyaratan ini atau sedang cuti tidak termasuk (EKLESIA et al., 2023; Zain et al., 2024). Mengingat banyaknya indikator penelitian yang mencakup kualitas layanan, persepsi biaya, kepuasan, dan rekomendasi positif, ukuran sampel sebesar 200–400 responden diperlukan, sesuai dengan standar Hair untuk analisis SEM (Hair et al., 2018; Ullah et al., 2024).

Berdasarkan demografi populasi penelitian dan kriteria analisis *Structural Equation Modeling* (SEM), 320 responden dipilih sebagai sampel. Ukuran sampel optimal, menurut

perhitungan Hair, adalah lima hingga sepuluh kali jumlah indikator, oleh karena itu, untuk 40 indikator, disarankan untuk menggunakan 200 hingga 400 responden. Karena angka 320 berada di ujung atas rentang ini, angka tersebut dipilih untuk meningkatkan validitas dan stabilitas estimasi parameter dalam model yang kompleks. Variabel laten termasuk kepuasan mahasiswa, persepsi biaya, kualitas layanan, dan rekomendasi positif *Word of Mouth* (WOM) semuanya termasuk dalam model ini. Selain itu, angka ini mewakili hampir 75% dari seluruh mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Kedokteran UKDW, yang meningkatkan generalisasi temuan penelitian dan memvalidasi akurasi serta efektivitas metodologi.

Variabel Penelitian

1. *Reliability* (X1)

Dimensi *reliability* model SERVQUAL mengukur kemampuan institusi dalam memenuhi komitmen layanan administratif dan akademiknya secara tepat waktu dan andal (Mubin & Avini, 2023). Penjadwalan kelas, akurasi pengelolaan nilai, dan transparansi proses akademik termasuk dalam kategori ini (Suroyo et al., 2022). Tingkat keandalan yang tinggi meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa karena menunjukkan profesionalisme dan dedikasi institusi (Hasibuan & Sutrisno, 2017).

2. *Responsiveness* (X2)

Kemampuan institusi untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap tuntutan, keluhan, dan permintaan mahasiswa tercermin dalam dimensi responsivitas (Mubin & Avini, 2023). Selain meningkatkan reputasi institusi sebagai organisasi yang proaktif dan profesional, tingkat responsivitas yang tinggi menunjukkan bahwa fakultas memperhatikan dan peduli terhadap kenyamanan mahasiswa (Suroyo et al., 2022). Oleh karena itu, tingkat responsivitas layanan yang ditawarkan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas dan kepercayaan mahasiswa.

3. *Assurance* (X3)

Tingkat kepercayaan mahasiswa terhadap keahlian, karakter moral, dan profesionalisme dosen serta tenaga kependidikan tercermin dalam dimensi *assurance* (Mubin & Avini, 2023). Jaminan ini sangat penting dalam pendidikan kedokteran karena mahasiswa perlu yakin bahwa institusi dapat membentuk mereka menjadi tenaga medis yang kompeten (Nopalia & Dalilah, 2022). Oleh karena itu, memupuk kepuasan dan kepercayaan mahasiswa terhadap institusi pendidikan sangat bergantung pada jaminan.

4. *Empathy* (X4)

Empati dalam pendidikan tinggi, terutama di pendidikan kedokteran, merupakan cerminan dari perhatian individu yang diberikan oleh dosen dan tenaga kependidikan terhadap kebutuhan dan kesulitan mahasiswa mereka (Mubin & Avini, 2023). Elemen esensial dimensi ini adalah komunikasi yang ramah dan bantuan dalam mengerjakan tugas akademik yang menantang (Nopalia & Dalilah, 2022). Empati telah terbukti memiliki dampak besar terhadap kepuasan mahasiswa dengan menciptakan rasa berharga, dan merupakan metrik kunci untuk mengevaluasi kualitas layanan akademik.

5. *Tangible* (X5)

Kelas, laboratorium, dan fasilitas pendukung pembelajaran merupakan contoh dimensi *tangible*—komponen fisik yang langsung dihadapi oleh mahasiswa (Mubin & Avini, 2023). Pendapat mahasiswa tentang layanan institusi juga dipengaruhi oleh daya tarik estetika dan

kenyamanan kampus (Nopalia & Dalilah, 2022). Ketersediaan fasilitas fisik yang komprehensif dan modern sangat penting untuk mendorong proses belajar dan meningkatkan kepuasan mahasiswa di pendidikan kedokteran.

6. Persepsi Biaya (X6)

Penilaian subjektif mahasiswa terhadap keadilan biaya kuliah terkait dengan kualitas layanan yang diterima tercermin dalam persepsi mereka terhadap biaya (Silaen et al., 2024). Loyalitas dan kepuasan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti transparansi keuangan dan kesesuaian antara fasilitas dan biaya (Hasibuan & Sutrisno, 2017). Persepsi biaya merupakan faktor penting dalam menentukan kepuasan mahasiswa dan promosi institusi, karena ketidakseimbangan antara biaya dan layanan dapat menurunkan opini positif mahasiswa (Wahid et al., 2024).

7. Kepuasan Mahasiswa (Y1)

Rekomendasi positif WOM dipengaruhi oleh kepuasan mahasiswa, yang menghubungkan persepsi tentang harga dan kualitas layanan (Wibowo et al., 2024). Menurut Gunawan et al. (2024), variabel ini menggambarkan bagaimana pengalaman psikologis mahasiswa memengaruhi kecenderungan mereka untuk merekomendasikan institusi kepada orang lain. Oleh karena itu, kepuasan mahasiswa merupakan metrik yang krusial yang memperkuat hubungan antara loyalitas verbal dalam bentuk rekomendasi positif, biaya yang dirasakan, dan kualitas layanan (Agustika et al., 2024).

8. Positive WOM (Y2)

Positif WOM, variabel dependen dalam penelitian ini, dipengaruhi secara langsung oleh persepsi tentang biaya dan kualitas layanan, serta secara tidak langsung oleh kepuasan mahasiswa (Pratama et al., 2024). Menurut Musprihadi et al. (2024), WOM mencerminkan antusiasme mahasiswa dalam merekomendasikan fakultas melalui media verbal dan digital berdasarkan pengalaman positif mereka. WOM secara signifikan meningkatkan reputasi institusi dan menarik calon mahasiswa baru sebagai simbol kepuasan dan loyalitas (Siwi et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan deskripsi data dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana mahasiswa kedokteran awalnya memandang variabel-variabel yang diteliti. Sebanyak 320 mahasiswa berpartisipasi dalam survei, dan informasi yang dikumpulkan dianalisis secara deskriptif untuk mengevaluasi kepuasan mahasiswa, persepsi biaya, kualitas layanan, dan rekomendasi positif *Word of Mouth* (WOM). Berdasarkan temuan analisis, persepsi responden terhadap semua variabel umumnya positif, dengan skor rata-rata di atas titik tengah skala Likert. Kecenderungan mahasiswa untuk secara aktif merekomendasikan fakultas ditunjukkan oleh variabel WOM positif, yang memiliki nilai tertinggi. Hasil ini memberikan titik awal yang penting untuk fase selanjutnya dari pengujian hipotesis berbasis analisis inferensial.

Deskripsi Responden

Berdasarkan jenis kelamin dan asal daerah responden, dari 320 mahasiswa kedokteran yang berpartisipasi, perempuan mendominasi (66,6%), sedangkan laki-laki sebesar 33,4%. Fakultas Kedokteran umumnya memiliki proporsi mahasiswa perempuan yang lebih tinggi, yang tercermin dalam dominasi responden perempuan. Jika terdapat perbedaan pandangan

berdasarkan jenis kelamin terkait biaya atau kualitas layanan, penting untuk menganalisis lebih lanjut rasio jenis kelamin ini. Sementara itu, 47,5% responden berasal dari Pulau Jawa, berdasarkan pembagian berdasarkan daerah asal. Sisanya, yang mewakili keragaman regional dan jangkauan nasional Fakultas Kedokteran UKDW, tersebar di Kalimantan (15,5%), Bali dan Nusa Tenggara (11,8%), Sumatra (9,2%), Papua dan Maluku (8%), dan Sulawesi (7,3%).

Sebagian besar mahasiswa (98,8%) berusia antara 18 dan 24 tahun, berdasarkan pembagian responden berdasarkan tahun pendaftaran dan usia. Fakta bahwa hanya 0,9% responden berusia di bawah 18 tahun dan 0,2% di atas 24 tahun menunjukkan bahwa responden merupakan kelompok usia yang produktif dan aktif secara akademis. Mahasiswa angkatan 2023 menyumbang 25,2%, diikuti oleh angkatan 2024 (24,9%), 2022 (24,5%), dan 2021 (21,9%), berdasarkan tahun kelulusan. Hanya 2,4% dan 0,2% dari semua responden berasal dari angkatan 2020 dan 2019, masing-masing. Mayoritas responden memiliki pengetahuan langsung yang cukup tentang sistem pendidikan dan layanan kampus, menurut komposisi ini, yang membuat data mereka sesuai untuk studi lanjut.

Kondisi ekonomi mahasiswa yang beragam terungkap dengan menggambarkan responden berdasarkan pengeluaran bulanan mereka. 56,2% responden memiliki latar belakang keuangan rendah, dengan pengeluaran bulanan di bawah Rp 3.000.000. Di sisi lain, 6,4% responden menghabiskan antara IDR 5.000.000 dan IDR 7.000.000, dan 34,1% menghabiskan antara IDR 3.000.000 dan IDR 5.000.000. Hanya 3,3% mahasiswa yang menghabiskan lebih dari Rp 7.000.000 per bulan. Mengingat sebagian besar mahasiswa berasal dari keluarga kelas menengah ke bawah, pandangan mereka tentang biaya pendidikan dan *value for money* sangat relevan dengan penelitian ini.

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Perempuan	107	66,6%
Laki-laki	213	33,4%
Total	320	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah

Asal Daerah	Jumlah Responden	Persentase
Pulau Jawa	152	47,5%
Kalimantan	50	15,5%
Bali dan Nusa Tenggara	38	11,8%
Sumatra	29	9,2%
Papua dan Maluku	26	8%
Sulawesi	23	7,3%
Total	320	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Tabel 3. Profil Responden Berdasarkan Usia

Kelompok Usia	Jumlah Responden	Persentase
< 18 tahun	3	0,9%
18-24 tahun	316	98,8%
25-30 tahun	1	0,2%
Total	320	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Tabel 4. Profil Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Jumlah Responden	Persentase
2024	83	25,9%
2023	81	25,2%
2022	78	24,5%
2021	70	21,9%
2020	8	2,4%
2019	1	0,2%
Total	320	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Tabel 5. Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan

Pengeluaran per bulan	Jumlah Responden	Persentase
< Rp 3.000.000	180	56,2%
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	109	34,1%
Rp 5.000.000 – Rp 7.000.000	20	6,4%
> Rp 7.000.000	11	3,3%
Total	320	100%

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

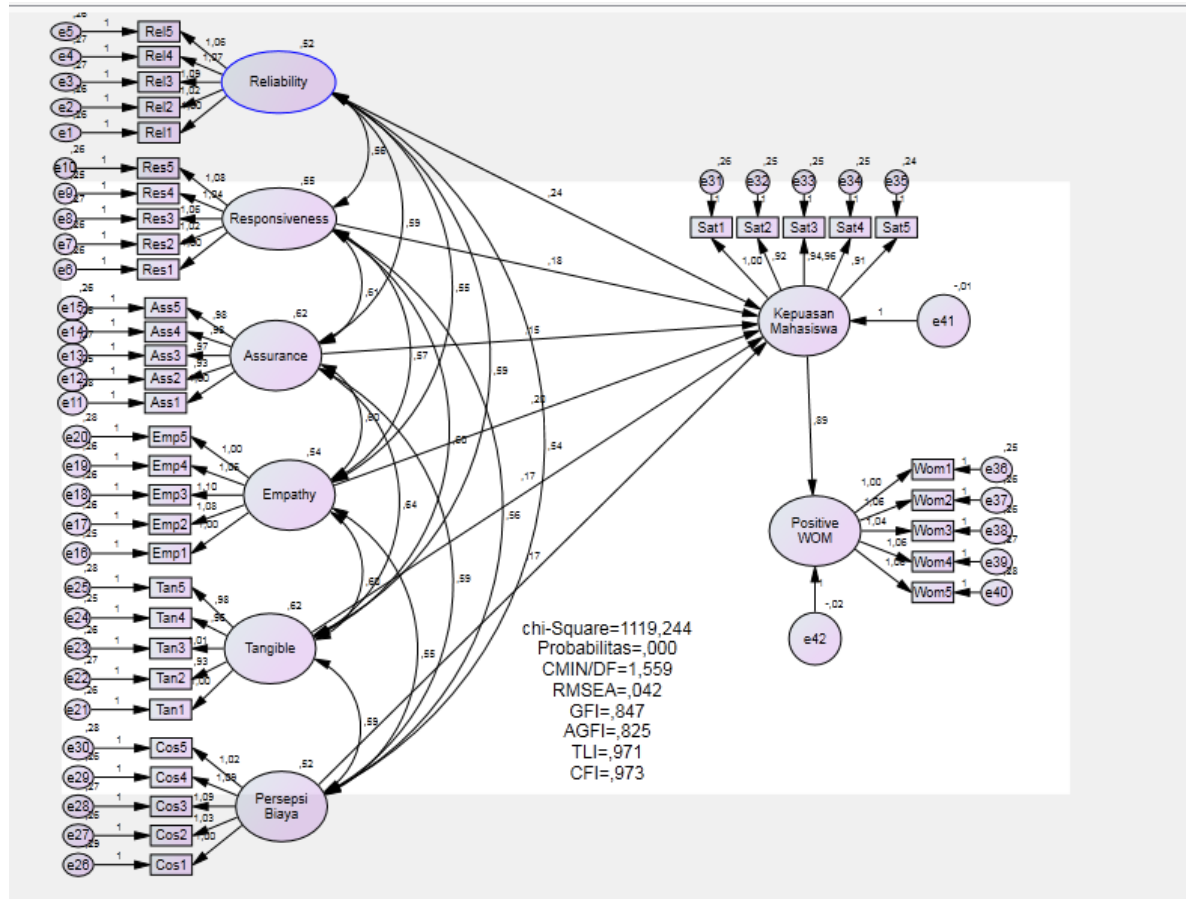
Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural

Dengan probabilitas 0,000 dan nilai chi-square 1119,244, model struktural sederhana menunjukkan kesesuaian statistik yang signifikan. Tingkat ketidakakuratan yang rendah pada model ditunjukkan oleh skor RMSEA sebesar 0,042, yang masuk dalam kategori baik. Selain itu, terdapat tingkat *Goodness of Fit* yang ditunjukkan oleh nilai GFI dan AGFI, masing-masing sebesar 0,847 dan 0,825. Tingkat kesesuaian model yang sangat kuat juga didukung oleh indeks lain seperti CMIN/DF sebesar 1,559, TLI sebesar 0,971, dan CFI sebesar 0,973. Maka dari itu, garis tegas pada diagram, yang menunjukkan hubungan kausal yang kuat, menunjukkan seberapa kuat dan signifikan hubungan antara variabel-variabel dalam model ini.

Menilai Kriteria Goodness of Fit

Dalam menentukan sejauh mana model teoretis sesuai dengan data empiris yang dikumpulkan, tahap penting dalam analisis SEM adalah penilaian goodness of fit. Kesesuaian model dievaluasi menggunakan metrik termasuk RMSEA, CMIN/DF, TLI, dan CFI. Nilai RMSEA sebesar 0,042, CMIN/DF sebesar 1,559, TLI sebesar 0,971, dan CFI sebesar 0,973, seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 6, menunjukkan bahwa model tersebut memiliki

kesesuaian yang baik. Meskipun termasuk dalam kelompok marginal fit, nilai GFI (0,847) dan AGFI (0,825) tetap dianggap sesuai untuk digunakan dalam penelitian sosial. Secara keseluruhan, model dalam studi ini dianggap sesuai untuk menganalisis hubungan antara variabel yang dikembangkan.



Gambar 2. Persamaan Struktural
Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Tabel 6. Goodness of Fit

<i>Goodness of fit index</i>	<i>Cut-off value</i>	<i>Model Penelitian</i>	<i>Model</i>
<i>Chi-square</i>	$\leq 781,447$ (df=718)	1119,244	Tidak Fit
<i>Significant probability</i>	≥ 0.05	0,000	Tidak Fit
RMSEA	≤ 0.08	0,042	Fit
GFI	≥ 0.90	0,847	Marginal
AGFI	≥ 0.90	0,825	Marginal
CMIN/DF	≤ 2.0	1,559	Fit
TLI	≥ 0.90	0,971	Fit
CFI	≥ 0.90	0,973	Fit

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

Pengujian Hipotesis

Semua hubungan kausal antara variabel dalam model struktural terbukti signifikan, berdasarkan hasil uji hipotesis. Korelasi yang signifikan secara statistik ditandai dengan *p-value* di bawah 0,05 dan semua nilai *critical ratio* (CR) di atas ambang batas 1,96. Ditemukan bahwa tingkat kepuasan mahasiswa dipengaruhi oleh pandangan mereka terhadap kualitas layanan dan biaya pendidikan. Setiap aspek kualitas layanan, persepsi biaya, dan kepuasan memiliki koefisien korelasi antara 0,148 dan 0,239. Oleh karena itu, dalam konteks pendidikan tinggi kedokteran, model yang dibuat dapat digunakan untuk menggambarkan perilaku mahasiswa dan memiliki validitas empiris.

Dengan nilai koefisien 0,239 dan CR 3,774 ($p = 0,000$), variabel *Reliability* (X1) H1 memiliki dampak terbesar pada kepuasan mahasiswa (Y1). Hal ini menunjukkan bahwa faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah keandalan layanan akademik. Nilai koefisien 0,179 dan CR 2,525 ($p = 0,012$) menunjukkan bahwa *Responsiveness* (X2) juga memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan, sesuai dengan Hipotesis 2 (H2). Ketika layanan disediakan dengan cepat dan efektif, mahasiswa menjadi lebih puas. Dua dimensi ini menunjukkan betapa pentingnya efisiensi operasional dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan. Pengaruh positif pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga terbukti dari hasil penelitian Solehudin (2023) di industri properti serta penelitian dari Herlambang & Komara (2021) pada industri makanan dan minuman.

Dampak *Assurance* (X3) terhadap kepuasan mahasiswa diuji oleh Hipotesis 3 (H3), yang menghasilkan hasil signifikan dengan nilai koefisien 0,148, CR 2,245, dan $p = 0,025$. Demikian pula, dengan koefisien 0,201, CR 2,315, dan $p = 0,021$, Hipotesis 4 (H4) menunjukkan bahwa *Empathy* (X4) memiliki pengaruh yang bermanfaat. Kepuasan mahasiswa secara signifikan dipengaruhi oleh pertimbangan dan pemahaman yang mereka terima dari penyedia layanan. Dengan koefisien 0,171 dan CR 2,115 ($p = 0,034$), variabel *Tangible* (X5) juga memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan dalam Hipotesis 5 (H5). Kenyamanan dan kepuasan mahasiswa selama proses belajar dipengaruhi oleh fasilitas fisik fakultas.

Dengan koefisien 0,173, CR 3,422, dan $p = 0,000$, Hipotesis 6 (H6), yang menguji dampak Persepsi Biaya (X6) terhadap kepuasan mahasiswa, menghasilkan hasil yang signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan dipengaruhi secara signifikan oleh persepsi tentang keadilan biaya. Mahasiswa lebih puas ketika mereka percaya bahwa harga sesuai dengan kualitas layanan yang mereka terima. Informasi biaya harus transparan dan mudah dipahami. Temuan ini mendukung gagasan bahwa persepsi biaya merupakan elemen strategis dalam manajemen pendidikan tinggi. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Azhar Chaerunnisa & Safria (2024) di industri jasa makanan dan minuman.

Dengan koefisien 0,887, CR 20,090, dan $p = 0,000$, Hipotesis 7 (H7) menunjukkan hubungan yang sangat kuat antara Kepuasan Mahasiswa (Y1) dan *Positive Word of Mouth* (Y2). Ini adalah pengaruh terbesar dalam model, menunjukkan bahwa mahasiswa yang puas cenderung menceritakan pengalaman mereka kepada orang lain. Hasil ini mendukung gagasan bahwa kepuasan mempengaruhi baik advokasi aktif maupun loyalitas pasif. Oleh karena itu, untuk mempromosikan WOM yang baik, institusi pendidikan harus fokus pada peningkatan kualitas layanan dan persepsi biaya. Berdasarkan rekomendasi, temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah faktor utama yang mempengaruhi hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas mahasiswa.

Tabel 7. Hasil Pengujian Hipotesis

No.	Hipotesis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Hasil
H1	Reliability → Kepuasan Mahasiswa	0,239	0,063	3,774	0,000	Signifikan
H2	Responsiveness → Kepuasan Mahasiswa	0,179	0,071	2,525	0,012	Signifikan
H3	Assurance → Kepuasan Mahasiswa	0,148	0,066	2,245	0,025	Signifikan
H4	Empathy → Kepuasan Mahasiswa	0,201	0,087	2,315	0,021	Signifikan
H5	Tangible → Kepuasan Mahasiswa	0,171	0,081	2,115	0,034	Signifikan
H6	Persepsi Biaya → Kepuasan Mahasiswa	0,173	0,051	3,422	0,000	Signifikan
H7	Kepuasan Mahasiswa → Positive WOM	0,887	0,044	20,090	0,000	Signifikan

Sumber: Hasil pengolahan data primer (2025)

KESIMPULAN

Menurut temuan penelitian ini, kepuasan mahasiswa kedokteran dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh semua dimensi kualitas layanan, termasuk *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*. Hal ini menunjukkan bahwa layanan pendidikan tinggi berkualitas bergantung pada pengalaman layanan keseluruhan mahasiswa serta komponen intelektual. Oleh karena itu, menciptakan kepuasan yang berkelanjutan memerlukan keunggulan layanan secara keseluruhan.

Telah terbukti bahwa responsivitas dan keandalan secara signifikan meningkatkan kepuasan konsumen, menunjukkan pentingnya layanan akademik yang cepat dan dapat diandalkan. Dimensi jaminan dan empati menunjukkan bahwa perhatian pribadi terhadap mahasiswa dan kepercayaan juga merupakan variabel yang signifikan. Sementara itu, dimensi tangible atau bukti fisik menunjukkan bahwa lingkungan belajar yang representatif juga berkontribusi pada pandangan positif mahasiswa terhadap institusi.

Kepuasan mahasiswa ditemukan secara signifikan dipengaruhi oleh persepsi biaya selain kualitas layanan. Faktor-faktor penting yang memengaruhi kepuasan meliputi pandangan tentang keadilan, keterbukaan, dan proporsionalitas antara biaya dan manfaat. Hasil ini menunjukkan pentingnya teknik manajemen keuangan yang adil dan komunikatif dalam meningkatkan pengalaman pendidikan.

Jelas bahwa hubungan antara kualitas layanan dan persepsi biaya terhadap *word of mouth* (WOM) yang positif dimediasi oleh kepuasan mahasiswa. Mahasiswa yang puas dengan institusinya cenderung lebih bersedia menceritakan hal tersebut kepada orang lain, baik secara langsung maupun *online*. WOM memainkan peran penting dalam membangun reputasi institusi secara berkelanjutan dan alami.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya menyediakan layanan pendidikan tinggi dengan pendekatan yang berpusat pada mahasiswa. Kualitas layanan harus terus ditingkatkan, dan biaya harus dikelola secara adil dan transparan, guna membangun loyalitas dan meningkatkan reputasi institusi. Meningkatkan pengalaman mahasiswa harus menjadi tujuan utama kebijakan pendidikan kedokteran sebagai cara untuk mempertahankan keunggulan kompetitif institusi.

Implikasi Penelitian

Dari kesimpulan yang didapat ada beberapa implikasi dari penelitian ini. Pertama adalah Prodi dapat meningkatkan berbagai pelayanan yang dapat secara langsung bermanfaat bagi mahasiswa kedokteran, seperti peningkatan kualitas dan kuantitas fasilitas dan beragam laboratorium yang ada. Juga memberi kebijakan biaya kuliah yang lebih fleksibel, seperti relaksasi pembayaran angsuran biaya kuliah, potongan biaya dengan kriteria khusus, dan lainnya.

Dengan menunjukkan bagaimana evaluasi biaya dan kualitas memengaruhi kepuasan mahasiswa, terutama dalam institusi pendidikan kedokteran, penelitian ini memperkuat teori manajemen kualitas layanan. Secara praktis, temuan ini memberikan strategi khusus bagi bisnis untuk meningkatkan penawaran mereka dan memperkuat loyalitas konsumen melalui rencana pembayaran fleksibel seperti pengurangan biaya dengan syarat tertentu, kemitraan responsif, dan transparansi biaya. Dari sudut pandang akademis, penelitian ini menekankan pentingnya memahami bagaimana digitalisasi memengaruhi loyalitas mahasiswa dan mendorong pengembangan model teoretis yang kontekstual dan adaptif yang memperhitungkan dinamika program.

Saran

Institusi pendidikan tinggi, terutama fakultas kedokteran, disarankan untuk secara proaktif meningkatkan kualitas layanan dengan memperkuat lima dimensi SERVQUAL dan menerapkan manajemen biaya yang adil dan transparan berdasarkan temuan penelitian ini. Dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas mahasiswa serta mempertahankan daya saing institusi, pembuat kebijakan juga harus mengambil pendekatan strategis terintegrasi. Supaya menghasilkan hasil yang lebih representatif dan praktis, perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan strategi longitudinal dan cakupan yang lebih luas.

1. Penelitian Selanjutnya

Supaya memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika persepsi dan kepuasan selama pengalaman akademik mahasiswa, disarankan untuk melakukan penelitian secara terpisah untuk setiap angkatan mahasiswa. Metode ini memungkinkan penemuan perbedaan yang signifikan antara penilaian kualitas layanan dan persepsi biaya oleh mahasiswa pada angkatan awal dan mahasiswa pada angkatan akhir atau tahap klinis. Temuan penelitian dapat mewakili dengan lebih akurat persyaratan dan harapan khusus yang sesuai dengan tahap pendidikan yang sedang dijalani. Selain itu, institusi dapat menggunakan hasil ini sebagai dasar untuk menciptakan rencana layanan yang lebih disesuaikan dan fleksibel untuk setiap angkatan. Strategi ini mendorong pembentukan kebijakan internal yang didasarkan pada data, berkelanjutan, dan berfokus pada pengalaman mahasiswa.

2. Institusi

Disarankan agar responsivitas dan empati menjadi prioritas utama untuk meningkatkan kualitas layanan. Hal ini dapat dicapai dengan membentuk unit layanan mahasiswa terintegrasi dan memberikan pelatihan rutin bagi staf administratif dan akademik. Agar meningkatkan efektivitas komunikasi dan keandalan layanan, institusi harus memperkuat sistem informasi akademik berbasis teknologi. Agenda strategis juga harus mencakup

perencanaan investasi untuk modernisasi laboratorium dan peralatan praktikum serta penilaian rutin terhadap fasilitas pendidikan. Namun, sangat penting bagi institusi pendidikan untuk menciptakan pendekatan yang lebih terbuka dan edukatif dalam komunikasi biaya yang menunjukkan pentingnya pendidikan yang diterima oleh mahasiswa. Dalam meningkatkan kepuasan dan keterlibatan mahasiswa, disarankan juga untuk menciptakan sistem umpan balik terintegrasi yang terhubung dengan siklus peningkatan kualitas layanan.

3. Pengambil Kebijakan Pendidikan Tinggi

Hasil ini menunjukkan pentingnya mengembangkan kebijakan pendidikan tinggi yang lebih berfokus pada kepuasan mahasiswa dan efisiensi biaya. Agar menjaga akuntabilitas di sektor pendidikan tinggi, peraturan terkait transparansi keuangan dan peningkatan kualitas layanan institusi harus diperkuat. Indikator loyalitas mahasiswa, termasuk rekomendasi positive word of mouth, juga harus dipertimbangkan oleh pemerintah dan institusi akreditasi saat mengevaluasi kualitas suatu institusi. Dalam meningkatkan efisiensi dan aksesibilitas layanan, sangat penting untuk menciptakan aturan yang mendukung penggunaan teknologi dalam manajemen layanan pendidikan. Dengan demikian, kebijakan yang dikembangkan dapat memperkuat hubungan jangka panjang antara mahasiswa dan penyedia pendidikan serta meningkatkan daya saing institusi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, M., Alawiyah, T., Apriansyah, G., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Survey Design: Cross Sectional dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(1).
- Agustika, F., Obara, D., Siregar, S., Aditya, N. M. B., & Paramarta, V. (2024). Analisis Kinerja Layanan Pendidikan Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Berau Terhadap Persepsi Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Riset Dan Inovasi Manajemen*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.59581/jrim-widyakarya.v2i1.2457>
- Agustina, C., Pranata, S., & Lukita, C. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Berdasarkan Dimensi Terra (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, Dan Assurance) Pada Pd. Bpr Astanajapura Cabang Cirebon Selatan. *Jurnal Digit*, 12(1). <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.218>
- Amatullah, S. (2023). Penerapan Customer Relationship Management Untuk Meningkatkan Pelayanan Pendidikan Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Computer Science and Information Technology*, 1(1). <https://doi.org/10.59407/jcsit.v1i1.331>
- Aprina, N., & Hadi, E. D. (2024). Pengaruh Product Quality dan Brand Image Terhadap Repurchase Intention yang Dimediasi oleh Customer Satisfaction pada Produk Skincare Skintific di Indonesia. *Jesya*, 7(1). <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1452>
- Arofah, I. (2018). Analisis Persepsi Biaya Kuliah Perguruan Tinggi dengan Menggunakan Metode Regresi Logistik Ordinal. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, 2(1). <https://doi.org/10.21009/jsa.02103>
- Astana, I. G. M. O., & Sumiasa, K. (2023). Partisipasi Word Of Mouth Dibalik Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Toko Dicky Putra Korden. *Artha Satya Dharma*, 16(1). <https://doi.org/10.55822/asd.v16i1.280>
- Astuti, Y. D., & Solovida, G. T. (2023). Sociodemographic Variables And Ethical Decision-

- Making: A Survey Of Professional Accountants In Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 17(2). <https://doi.org/10.25170/jak.v17i2.4481>
- Azahari, A., Nasrul, H. W., Ismanto, W., Ratnasari, S. L., Sutjahjo, G., Waruwu, B. W. K., Hidayatullah, R. R., Reza, M., Amin, S., & Tawee, S. (2023). The Effect Of Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, And Empathy On Customer Satisfaction In Spam Batam. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis*, 3, 234–246. <https://doi.org/doi.org/10.33373/jmob.v3i4.7342>
- Azhar Chaerunnisa, K., & Safria, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Point Coffee di Kebon Besar Tangerang. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 10, 249–264. <https://doi.org/10.35384/jemp.v10i3.650>
- Azzahra, L., & Nursholehah, N. (2022). The Effect of using Celebrity Endorser on Consumer Impulse Buying Behavior (Survey on Scarlett Body Whitening in Bandung City, Indonesia). *International Journal Administration Business and Organization*, 3(2).
- Biben, V., Sari, D. M., Arisanti, F., & Sastradimadja, S. B. (2018). Factors That Contribute To The Satisfaction Of Student In The Medical Residency Program. *Jurnal Pendidikan Kedokteran Indonesia: The Indonesian Journal of Medical Education*, 7(3). <https://doi.org/10.22146/jpki.41844>
- Cahyono, I. S., Khasanah, I. N., Siska, T., & Wardani. (2023). Evaluation Of Outpatient Satisfaction On The Quality Of Pharmaceutical Service At The Pharmacy Installation At The X General Hospital Klaten. *JIFIN: Jurnal Ilmiah Farmasi Indonesia*, 01(02), 55–62. <https://doi.org/doi.org/10.33221/jifin.v1i02.2783>
- Danendra, A. B., Rahayu, S., & Widjaja, F. N. (2024). How Positive Word-of-Mouth (Electronic and Face-to-Face) is Influenced by The Quality of Customer Relationships in The Telecommunications Industry. *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 23(2), 299–314. <https://doi.org/10.32639/pjczkj56>
- Diputra, T. R., Setyanto, E., & Zulfahmi, A. (2023). Pengaruh Brand Ambassador dan Desain Produk terhadap Minat Beli Produk Erigo (Survey Pada Followers Instagram @erigostore).docx. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi Dan Manajemen Tri Bisnis*, 5(2). <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.304>
- Efendi, A., & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Kualitas Program, Layanan, Biaya Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Peserta Pelatihan Pada Lembaga Pelatihan Dan Kursus Pt Trampil Sistem Manajemen (Studi Kasus Di Pt Trampil Sistem Manajemen Batam). *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, 294–306. <https://doi.org/10.32815/jiram.v1i2.22>
- EKLESIA, R. V., Winaryo, S., & Dagai L. Limin. (2023). Studi Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Akademik Pada Jurusan Ilmu Pendidikan Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Palangka Raya. *Jurnal Paris Langkis*, 3(2). <https://doi.org/10.37304/paris.v3i2.7673>
- Faiza, N., Wahyuni, A., Azizah, R., Citra, Y., Firdaus, D. A., & Fauzi, A. A. (2024). Pengaruh Kepuasan Konsumen Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan E-Wom Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 22, 454–466. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i2.6074>
- Faradiba, F., & Nomleni, M. V. (2024). Analisis Indikator Pendidikan di Indonesia Periode 1994 – 2022. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(1). <https://doi.org/10.54082/jupin.273>
- Fatkhunnajah, E., Andjarwati, T., & Cempena, I. B. (2024). The influence religiosity as a

- moderating patient satisfaction and positive word of mouth in Indonesian hospitals. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 2709–2720.
<https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2533>
- Fatmawati, R., & Murfi, A. (2024). Evaluating Academic Service Quality at Universitas Sains Al-Qur'an Wonosobo: A SERVQUAL-Based Analysis of Student Satisfaction and Improvement Priorities. *Global Educational Research Review*, 2(1), 1–10.
<https://doi.org/10.71380/gerr-10-2024-17>
- Febinnaqiyya, Mukaromah, S., Sholihah, L. M., Wulandari, F., Effendi, R., & Savitri, F. M. (2024). Evaluasi Manasik Umrah Di Kbi Al-Mujahidin Jepara Ditinjau Dari Lima Layanan: Tangibility, Responsiveness, Reliability, Empathy, Dan Assurance. *Jotika: Journal in Management and Entrepreneurship*, 3(2), 63–69.
<https://doi.org/10.56445/jme.v3i2.119>
- Febriani, A., & Tiorida, E. (2019). Pengaruh Perceived Value Spotify Premium Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa di Wilayah Bandung Raya). In *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 10(1).
- Fitriani, M., & Huda, N. (2020). Analisis Prediksi Financial Distress Dengan Metode Springate (S-Score) Pada Pt Garuda Indonesia Tbk. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1). <https://doi.org/10.21831/nominal.v9i1.30352>
- Gunawan, H., Latupapa, C. V., & Heriani. (2024). Analisis Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Peran Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organisasi Pembelajar Sebagai Variabel Mediasi. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 9, 3090–3102. <https://doi.org/doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i5.15358>
- Guntari, D. D., & Halim, P. A. (2021). Pengaruh Kualitas dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey pada Produk Envygreen Skincare). *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 5(2). <https://doi.org/10.37339/e-bis.v5i2.668>
- Hair, J. F., Harrison, D. E., & Risher, J. J. (2018). Marketing research in the 21st century: Opportunities and challenges. *Revista Brasileira de Marketing*, 17(5).
<https://doi.org/10.5585/bjm.v17i5.4173>
- Hasibuan, C. F., & Sutrisno. (2017). Identifikasi Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Pendidikan Dengan menggunakan Servqual di Fakultas Teknik Universitas X. *Spektrum Industri*, 19–26. <https://doi.org/10.12928/si.v15i1.6177>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7, 56–64.
<https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Hudi, P. T., M. Trihudyatmanto, Meftahudin, & Prawoto, E. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk, Citra Rasa, Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Mie Gacoan Purwokerto). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 3(1), 116–131.
<https://doi.org/10.32699/jamasy.v3i1.6806>
- Ifada, T. I., Ratnasari, N., Rahmawati, Z. N., Wahyudi, F., Widanigrum, A. H., & Tarecha, R. I. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa. *JUSIFOR : Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, 3(1), 38–44.
<https://doi.org/10.33379/jusifor.v3i1.4415>
-

- Ilmy, A. F. B., & Hertati, D. (2023). Kualitas Pelayanan Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui Layanan Drive Thru Pada Sistem Manunggal Satu Atap (Samsat) Katang Kabupaten Kediri. *Jurnal Ilmiah Riset Dan Pengembangan*, 8(3), 16–25. <https://doi.org/doi.org/10.71040/irpia.v8i6.218>
- Joyosumo, E. M., & Surianto, Moh. A. (2024). Analisis Kepuasan Konsumen Produk Brankas Pada CV. XYZ. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 8(3), 2782–2792. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4904>
- Juniarto, D. medika, Ismiah, E., & Jufriyanto, Moh. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Jaringan Internet Di Cv Rozitech Multimedia Indonesia Dengan Metode Service Quality Dan Importance Peformance Analysis. *Justi (Jurnal Sistem Dan Teknik Industri)*, 2(4). <https://doi.org/10.30587/justicb.v2i4.4186>
- Khouridhiya, M., Aji, A. S., Herawati, H. D., Purnamasari, S. D., Listiyana, F., Wulandari, F. A., & Surendran, S. (2024). The Association between Current Knowledge and Interest Levels of Gene-Based Nutrition Service among Indonesians. *Amerta Nutrition*, 222–229. <https://doi.org/10.20473/amnt.v8i2.2024.222-229>
- Lubis, F. S., Rahima, A. P., Umam, M. I. H., & Rizki, M. (2019). Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Metode Servqual dan Pendekatan Structural Equation Modelling (SEM) pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang di Wilayah Kota Pekanbaru. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 16(02). <https://doi.org/10.24014/sitekin.v16i2.9366>
- Lukita, C., Pranata, S., & Agustin, K. (2020). Metode Servqual Dan Importance Performance Analysis Untuk Analisa Kualitas Layanan Jasa Pendidikan Tinggi Pada Mahasiswa Di Cirebon. *Jurnal Digit*, 9(2). <https://doi.org/10.51920/jd.v9i2.117>
- Maharani, M., Febriyanto, F. C., & Husnul, N. R. I. (2023). Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Pembelajaran Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan Tinggi Di Lldikti Wilayah IV. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 20(2). <https://doi.org/10.17509/jap.v27i2.28522>
- Maratussholihah, Z., Ahmadi, A., & Raharjo, R. P. (2024). Persepsi Siswa Terhadap Pemanfaatan E-Book Sibi Sebagai Sarana Literasi Digital Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia. *JIBS: Jurnal Ilmiah Dan Sastra*, 11, 93–104. <https://doi.org/10.21067/jibs.v11i1.10044>
- Maulana, M. A., Rivanda, A. K., & Siswanto, N. R. (2024). Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Manajerial Karyawan PT. FVS Arthadarma Indonesia. *Cakrawala Repositori IMWI*, 7(5), 1386–1399. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v7i5.732>
- Mira, Djunaedi, & Pangastuti, R. L. (2020). “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan (Pada Dimensi Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Dan Tangible) Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening.” *Risk : Jurnal Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 1(2).
- Mubin, M. F. B., & Avini, T. (2023). Analisis Kepuasan Pelayanan Spaylater Di Aplikasi Shopee Menggunakan Metode Servqual. *Jusim : Jurnal Sistem Informasi Musi Rawas*, 8(1), 1–7. <https://doi.org/doi.org/10.32767/jusim.v8i1.1950>
- Mulyono, O., Herwinarni, Y., Prihadi, D., & Budiyanto, M. A. (2024). The Influence of Price Perceptions, Emotional Factors, And Service Quality on Customer Satisfaction In Kejambon Printing Tegal City. *Journal Information System & Business Management*, 57–

65. <https://doi.org/10.24905/isbm.v2i2.49>
- Munthe, R., & Dwirandra, A. A. N. B. (2021). Motivasi Karir, Motivasi Gelar, Persepsi Biaya Pendidikan, Parental Influence dan Minat Mengikuti PPAk. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(8). <https://doi.org/10.24843/eja.2021.v31.i08.p19>
- Muspriyadi, R., Riyanto, J., & Miftah 'adilah, J. (2024). Keputusan Pembelian Mahasiswa di Shopee karena Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Brand Image (Studi pada Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang). *Oktober Management & Accountancy in Practice Journal*, 13(2), 105–114. <https://doi.org/10.56444/sa.v>
- Noor, W. R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Apotik Yang Terdiri Dari Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rsud Pangeran Jaya Sumitra Kotabaru - Kalimantan Selatan. *Kindai*, 17(2). <https://doi.org/10.35972/kindai.v17i2.654>
- Nopalia, N., & Dalilah, D. (2022). Analisis Kepuasan Pelayanan Aplikasi Maxim Pada Pengguna Mahasiswa Di Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Pgri Silampari Menggunakan Metode Servqual. *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas)*, 7(2). <https://doi.org/10.32767/jusim.v7i2.1866>
- Nugroho, A. A. U., Perdana, S., & Hunusalela, Z. F. (2023). Pelatihan Peningkatan Kualitas Layanan untuk Kepuasan Pelanggan Gama UI Cabang Pondok Labu. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v6i1.14934>
- Nugroho, A., Gustopo, D., & Hutabarat, J. (2022). Analisis Problematik Industri Jasa Warnet Dengan Menggunakan Metode Servqual. *Journal of Management and Social Sciences*, 1, 1–13. <https://doi.org/doi.org/10.55606/jimas.v1i3.39>
- Nurmaidah, & Mulyani, D. (2023). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bata ringan pada PT Kurnia Jaya Barokah Kabupaten Purwakarta (survey pada pelanggan bata ringan PT Kurnia Jaya Barokah). *Jurnal Bisnis*, 11(1), 60–69. <https://doi.org/10.62739/jb.v11i1.7>
- Pamungkas, B. A., Utami, F. M., Agustin, R., Safitri, S. R., & Sobri, A. M. (2024). Komparasi Framing Berita Pembatalan Kenaikan Uang Kuliah Tunggal Perguruan Tinggi Negeri Pada Media Garuda TV dan Tempo.co. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 6(1), 15–27. <https://doi.org/10.15408/jsj.v6i1.40266>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4). <https://doi.org/10.1177/002224298504900403>
- Pratama, K. P. R., Nurhaeda, & Hidayat, A. I. (2024). Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan Massaro Pengaruh Social Media Dan Word Of Mouth Terhadap Pemilihan Nobel Pada Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Nobel Indonesia Makassar. *Jurnal Aplikasi Manajemen & Kewirausahaan MASSARO*, 10, 32–42. <https://doi.org/doi.org/10.37476/massaro.v6i1.4681>
- Pratiwi, U. P., & Pangestuti, D. (2021). Determinan Pemanfaatan Penggunaan Kb Mkjp Di Puskesmas Kota Matsum Kecamatan Medan Area Tahun 2020. *Jurnal Kedokteran Ibnu Nafis*, 10(2). <https://doi.org/10.30743/jkin.v10i2.150>
- Rachmawati, N. L., & Fitriani, M. (2023). Pengukuran Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL): Studi Kasus PT Pos Indonesia Kota Metro. *Jurnal PASTI (Penelitian Dan Aplikasi Sistem Dan Teknik Industri)*, 17(1).
-

<https://doi.org/10.22441/pasti.2023.v17i1.008>

- Silaen, K. E., Manrejo, S., & Faeni, D. P. (2024). Minat, Motivasi, Persepsi Dan Biaya Pendidikan Terhadap Pilihan Berkarir Di Bidang Perpajakan Pada Mahasiswa Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. *Sentri: Jurnal Riset Ilmiah*, 3, 1318–1332. <https://doi.org/doi.org/10.55681/sentri.v3i3.2416>
- Sitorus, R., & Nurhayani, N. (2023). Emosional Quality Service Pustakawan dalam Melayani Pemustaka di Layanan Sirkulasi Perpustakaan Universitas Asahan. *Journal of Education Research*, 4(3). <https://doi.org/10.37985/jer.v4i3.389>
- Siwi, B. N., Astuti, H. J., Handayani, E., & Hidayah, A. (2025). The Influence Of Brand Ambassador, Website Quality, And Electronic Word Of Mouth (E-Wom) On The Purchase Decision Of Azarine Sunscreen Product On Shopee E-Commerce (Study On Students At Several Universities In Purwokerto). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 6, 117–129. <https://doi.org/doi.org/10.31539/costing.v8i2.14150>
- Slamet, S., & Sukma Nurhidayah, L. (2023). Evaluasi Kinerja Layanan Pendidikan Tinggi: Pendekatan Metode Importance-Performance Analysis. *Evaluasi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2). <https://doi.org/10.32478/evaluasi.v7i2.1858>
- Solehudin, D. (2023). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Indomaret Perumahan Graha Selaras Bogor. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 9(2). <https://doi.org/10.35384/jemp.v9i2.377>
- Solichin, M., Rasyidi, & Halimatusa'diah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Dan Responsiveness) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Kalteng Cabang Muara Teweh. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 8(2).
- Sudianti, N. M., Bukhori, M., & Rachmawati, I. K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Kampus Terhadap Word of Mouth dengan Kepuasan Mahasiswa sebagai Variabel Intervening (Studi pada Mahasiswa di Fakultas Teknologi dan Informasi pada Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia (INSTIKI) Denpasar, Bali). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(2), 1641–1653. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v24i2.4913>
- Suhada, K., Wahidin, M., Iskandar, I., & Meiniarti. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Web Disbudpar Karawang Dengan Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 19(1), 17–24. <https://doi.org/10.35969/interkom.v19i1.342>
- Suherman, E., Suroso, S., & Sumarni, N. (2022). Analisis E-Servqual Dan Etika Perilaku Penjual Terhadap E-Satisfaction Shopee. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(2). <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v6i2.12783>
- Sukirno, S., & Purwandari, A. (2019). Analisis Kepuasan Civitas Akademika terhadap Kualitas Pelayanan di Perpustakaan Fakultas Kedokteran, Kesehatan Masyarakat dan Keperawatan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta. *Media Pustakawan*, 26(1).
- Sumartini, T. S. (2022). Pengaruh Habit of Mind terhadap Kemampuan Berpikir Kreatif Matematis melalui Metode Pembelajaran Improve. *Mosharafa: Jurnal Pendidikan Matematika*, 11(1). <https://doi.org/10.31980/mosharafa.v11i1.1253>
- Suprihatin, E., & Rofiq, A. (2023). Service Quality And Importance Performance Analysis To Achieved Sustainability Tourism Development On Marine Performance Tourism How to Cite: Endang (2023). *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 7(2), 734–

745. <https://doi.org/10.36526/js.v3i2.3209>

- Suroyo, S., Kurniatun, T. C., & Herningsih, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Akademik dan Kedisiplinan Dosen Terhadap Kepuasan dan Prestasi Belajar Taruna Politeknik Pelayaran Sorong. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4(2). <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2471>
- Tohir, M. (2020). Buku Panduan Pelayanan Merdeka Belajar dan Kampus Merdeka. In *Merdeka Belajar-Kampus Merdeka*.
- Triyani, D., Sarbina, D. ayu belawanti, & Prapti N.S.S, L. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Sub Bagian Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro Semarang. *Solusi*, 19(2). <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i2.3168>
- Tufail, I. (2018). *Kualitas Layanan Terpadu (Totalquality Service); Definisi, Konsep Dasar Dan pandangan Islam Pada Instansi Pendidikan*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/bshwm>
- Ullah, H., Anwar, S., & Khan, S. N. (2024). Enhancing English Language Acquisition through ChatGPT: Use of Technology Acceptance Model in Linguistics. *Journal of English Language, Literature and Education*, 6, 119–145. <https://doi.org/10.54672/jelle.2024.0604262>
- Wahid, M. S. N., Hidayat M, W., Ilmah, N., & Syahrah, D. (2024). Optimizing E-learning: Analisis Persepsi dan Kepuasan Mahasiswa Terhadap Penggunaan SYAM OK di Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Media Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 7(2), 132–138. <https://doi.org/10.59562/mediatik.v7i2.2192>
- Wahyono, A., & Nuraini. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Universitas Satya Negara Indonesia Kampus A. *Jurnal Manajemen*, 4(1), 16–27. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v4i1.130>
- Wibowo, J. A., Indarto, & Sulistyawati, A. I. (2024). Pengaruh Akses Keuangan Dan Literasi Keuangan Terhadap Pertumbuhan Umkm. *Sustainable Business Journal*, 3, 72–93. <https://doi.org/doi.org/10.26623/sbj.v3i2.11174>
- Widodo, A., Amelia, R. L., Lestar, R. I., Hidayati, N., Apriana, I. N., Idris, F. A., & Isnaini, F. Y. (2024). Analisis Keefektifan Kerjasama dengan Influencer dalam Komunikasi Pemasaran Berdasarkan Perspektif Electronic Word of Mouth (EWOM). *MAUIZOH: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 128–145. <https://doi.org/10.30631/mauizoh.v9i2.105>
- Yanti, V. (2022). Dampak dalam meningkatkan Word of Mouth dan Positioning menuju Loyalitas Konsumen yang baik Pada PT. Ayo Deal Indonesia Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Eka Prasetya*.
- Zain, A. N. W., Muafi, M., & Tholib, A. (2024). Klasifikasi Data Mining di Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Sistem Informasi Fakultas Teknik Universitas Nurul Jadid. *SKANIKA: Sistem Komputer Dan Teknik Informatika*, 7(2), 204–213. <https://doi.org/10.36080/skanika.v7i2.3200>

